3 1761 11650284 0


Digitized by the Internet Archive
in 2023 with funding from
University of Toronto

https://archive.org/details/31761116502840

CA1
XC68
-C13

Government
Publications

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 15

Tuesday, May 31, 1994

Chairperson: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 15

Le mardi 31 mai 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a briefing session on culture and the information highway

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une séance d'information sur la culture et l'autoroute de l'information

WITNESS:

(See back cover)

TÉMOIN:

(Voir à l'endos)

LIBRARY
JUL 11 1994
University of Toronto

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chairperson: John Godfrey

Vice–Chairs: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (*Oakville—Milton*)
Jan Brown (*Calgary Southeast*)
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Associate Members

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidentes: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (*Oakville—Milton*)
Jan Brown (*Calgary–Sud–Est*)
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Membres associés

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

TUESDAY, MAY 31, 1994
(20)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 3:24 o'clock p.m. this day, in Room 371, West Block, the Vice–Chair, Eleni Bakopanos, presiding.

Members of the Committee present: Eleni Bakopanos, Bonnie Brown, Jan Brown, John Cannis, Roger Gallaway, Albina Guarnieri, Glen McKinnon, Louis Plamondon, Suzanne Tremblay.

Acting Members present: Deborah Grey for Monte Solberg; Tony Ianno for John Cannis; David Iftody for Roger Gallaway; Jane Stewart for John Godfrey.

Associate Member present: Simon de Jong.

Other Members present: Murray Calder, Nick Discepola and Hon. Jon Gerrard.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witness: From the Canadian Radio–television and Telecommunications Commission: Keith Spicer, Chairman.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2) and its Order of Wednesday, April 27, 1994, the Committee received a briefing from the Canadian Radio–television and Telecommunications Commission on culture and the information highway. (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Tuesday, May 24, 1994, Issue No. 14*).

The witness made an opening statement, and answered questions.

At 5:15 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE MARDI 31 MAI 1994
(20)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 15 h 24, dans la salle 371 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de Eleni Bakopanos (*vice–présidente*).

Membres du Comité présents: Eleni Bakopanos, Bonnie Brown, Jan Brown, John Cannis, Roger Gallaway, Albina Guarnieri, Glen McKinnon, Louis Plamondon, Suzanne Tremblay.

Membres suppléants présents: Deborah Grey pour Monte Solberg; Tony Ianno pour John Cannis; David Iftody pour Roger Gallaway; Jane Stewart pour John Godfrey.

Membre associé présent: Simon de Jong.

Autres députés présents: Murray Calder, Nick Discepola et l'hon. Jon Gerrard.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoin: Du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes: Keith Spicer, président.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) et à son ordre de renvoi du mercredi 27 avril 1994, le Comité entend un exposé du président du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes sur la culture et l'autoroute de l'information (*voir les Procès–verbaux et témoignages du mardi 24 mai 1994, fascicule nº 14*).

Le témoin fait un exposé et répond aux questions.

À 17 h 15, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Tuesday, May 31, 1994

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mardi 31 mai 1994

• 1524

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): I'd like to welcome everybody, especially Mr. Keith Spicer, who's joining us today.

I'd like to start early because we have a vote in the House at 5:15 p.m. We'll end the meeting at 5 p.m.

Welcome, Mr. Spicer. We'll start with you.

Mr. Keith Spicer (Chairman, Canadian Radio–television and Telecommunications Commission): Thank you, Madam Chairman. *Merci, mesdames et messieurs.* I am very happy to come here.

In fact, I think your chairman, John Godfrey, told you I asked to appear. It occurred to me back in I guess December or January that those of you who are new MPs, and even some of the older MPs, but mainly the new ones, are facing a dazzling array of strange agencies you have to supervise. I thought it might be useful if some of us came and offered to just explain who we are, what we do and so on, to give you a crack at this.

Il m'a semblé opportun pour les nouveaux députés, qui étaient nombreux l'automne dernier, que nous venions nous expliquer devant vous et vous offrir un petit «breffage» informel sur le mandat et la direction générale du CRTC. Vous avez bien du pain sur la planche, et cela me semblait un geste tout à fait sensé.

I'd like to suggest that we break my little opening statement into three parts. First, I'll explain what the CRTC is and does if you haven't had time to get into that. There's no reason why you should have. Second, I'll look at some of the issues that are making a bit of noise in the media these days, in other words, current affairs. I can't necessarily tell you everything that's going on in some of them because some of them are before us. Third, I'll talk a little bit about this mysterious animal known as the electronic information highway, which everybody in this room has been questioned about.

• 1525

First of all, what is the CRTC? Forgive me if I'm being too elementary, but I think we should maybe start from zero. I'll give you a few dates. I'll look at the structure and the mandate and some of the main directions we take.

The structure is that the CRTC is a regulatory tribunal mandated by Parliament to regulate and supervise the broadcasting and telecommunications industries—in other words, to protect the public interest in these areas. We do so by reporting to you through the Minister of Canadian Heritage, the Hon. Michel Dupuy.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Bonjour tout le monde. Je salue tout particulièrement monsieur Keith Spicer qui est parmi nous aujourd'hui.

Je voudrais commencer tôt parce qu'il y a un vote à la Chambre à 17h15. Nous arrêterons à 17 heures.

Bonjour, monsieur Spicer. Nous commencerons par vous.

M. Keith Spicer (président, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes): Merci, madame la présidente. *Thank you, ladies and gentlemen.* Je suis très heureux d'être ici.

Je crois que votre président, M. John Godfrey, vous a dit que j'avais demandé la permission de comparaître. En décembre ou en janvier, je crois, je me suis dit que les nouveaux députés, et même certains des anciens, mais surtout les nouveaux, ont une série impressionnante d'organismes bizarres à superviser. J'ai pensé qu'il serait utile que certains d'entre nous proposent de vous expliquer qui nous sommes, ce que nous faisons et de vous donner d'autres informations, pour vous familiariser avec cet état de choses.

It seemed to me appropriate, for the benefit of the new MPs who arrived in largenumbers last fall, that I should come before you and explain who we are and give you a small informal briefing on the mandate and the general direction of the CRTC. You have your work cut out for you and it seemed to me the sensible thing to do.

Je vous propose de subdiviser ma brève allocution liminaire en trois parties. Premièrement, j'expliquerai en quoi consiste le CRTC et ce qu'il fait, au cas où vous n'auriez pas eu le temps de vous renseigner à ce sujet. Il n'y avait pas lien pour vous de le faire. Deuxièmement, j'aborderai certaines des grandes questions qui font pas mal de bruit dans les médias ces derniers temps, autrement dit, je parlerai des questions d'actualité. Je ne pourrais pas nécessairement tout vous dire au sujet de certaines de ces questions dont nous sommes actuellement saisis. Troisièmement, je parlerai un peu de ce mystérieux animal que l'on appelle l'autoroute électronique, au sujet duquel toutes les personnes ici présentes ont été questionnées.

Qu'est–ce que le CRTC? Pardonnez–moi si je donne des explications trop élémentaires, mais j'estime qu'il est peut–être préférable de commencer au début. Je vais vous citer quelques dates. Ensuite je parlerai de la structure et du mandat du CRTC et de certaines de nos principales orientations.

Sur le plan structurel, le CRTC est un tribunal de contrôle chargé par le Parlement de réglementer et de superviser l'industrie de la radiodiffusion et celle des télécommunications, autrement dit protéger les intérêts du public dans ces secteurs. Pour ce faire, nous vous présentons des rapports par l'intermédiaire du ministre du Patrimoine canadien, l'honorable Michel Dupuy.

[*Texte*]

We have a structure rooted in law, first of all in 1968, in the Broadcasting Act. This gave us broadcasting, obviously. Then 1976 added telecommunications, from the Railway Act. I think that made us the second agency in the world, after the Federal Communications Commission in Washington, to deal simultaneously with broadcasting and telecommunications.

This convergence of those two important elements is still very rare in the world. Many of the regulatory agencies we meet overseas tell us they would love to go this way. Your predecessors in Parliament had a lot of vision, I must say, in 1976 when they put the two together. They foresaw convergence long before it was happening.

We have thirteen full–time members, or commissioners, and six part–time. This is the full complement. We're down one right now, but that's the full complement.

Our trademark operational method is public hearings, public consultations. I emphasize "public". We try to do as much as we can in the light of day with citizen participation, and sometimes with member of Parliament participation.

I would invite any of you at any time, if you see a hearing that looks interesting to you, that has something that concerns you, to please come along.

À bien des égards, notre marque de commerce est la consultation publique, c'est–à–dire des audiences publiques qui permettent aux citoyens d'intervenir sur n'importe quelle question publique, les audiences publiques portant tantôt sur une question politique de grand ensemble, tantôt sur l'attribution de différentes licences.

Ce système n'existe pas dans tous les pays, loin de là. Cela n'existe nulle part en Europe, que je sache. Cela existe aux États–Unis, mais à un degré fort mitigé, avec beaucoup d'avocats et peu de citoyens. Au Canada, c'est très, très démocratique. Nous avons des audiences publiques, que vous avez peut–être vues de temps en temps, au canal communautaire. Nos audiences les plus importantes sont diffusées à travers le pays dans les deux langues officielles. Vous pouvez assister de chez vous à ces audiences publiques. Vous verrez qu'il y a un parfum démocratique très prononcé, parce que nous faisons tout pour y faire venir de simples citoyens pour les écouter au même titre que les grands de l'industrie ou les grands groupes de pression.

You will find the main orientations of the commission in the mission statement in your briefing documents. We see our role as underpinning the Canadian personality in the world by regulating, with the lightest possible hand, the broadcasting and telecommunications industries in ways that serve the cultural and economic prosperity of Canada.

I emphasize both cultural and economic. We are seen by our different clienteles in quite a different way. A lot of people in the cultural industries, the music industry and so on, see us only—and it's quite legitimate—as their cultural protector. We like to think of ourselves in this way.

[*Traduction*]

Notre structure a des fondements législatifs. Elle émane tout d'abord de la Loi sur la radiodiffusion qui a placé le secteur de la radiodiffusion sous notre surveillance en 1968. On y a ajouté ensuite les télécommunications, en 1976, qui relevaient de la Loi sur les chemins de fer. Nous sommes, je crois, le deuxième organisme du monde, après la Federal Communications Commission de Washington, à être chargé de superviser simultanément le secteur de la radiodiffusion et celui des télécommunications.

La convergence de ces deux éléments importants demeure très rare dans le monde. La plupart des organismes de réglementation étrangers souhaiteraient vivement nous imiter. Je dois dire que vos prédécesseurs ont fait preuve d'une grande perspicacité en combinant les deux, en 1976. Ils ont prévu cette convergence bien avant qu'elle ne se produise.

La Commission compte treize membres à plein temps, appelés commissaires, et six à temps partiel, lorsque les effectifs sont au complet. Pour le moment, il nous en manque un.

Notre caractéristique est la consultation publique, c'est–à–dire les audiences publiques; et j'insiste sur ce dernier terme. Nous essayons de faire tout notre possible pour faire participer les citoyens et parfois les députés à nos activités.

Je vous lance une invitation permanente; n'hésitez pas à venir s'il y a une audience qui vous semble intéressante, qui porte sur un sujet qui vous intéresse.

In many regards our trademark is public consultation, namely public hearings which enable citizens to participate in any public issue; public hearings deal with either a broad policy issue or licensing.

This system doesn't exist in every country, far from it. It exists nowhere in Europe, as far as I know. It does exist in the United States, but at a very mitigated level, with many lawyers and few citizens. In Canada, the system is extremely democratic. We have public hearings which you might have seen from time to time on the community channel. Our main hearings are broadcast throughout the country in both official languages. You can follow them at home. You will see that there is a strong democratic flavor to them, because we do our best to invite ordinary citizens to appear to hear what they have to say, with the same way as we do with the captains of industry or the major interest groups.

Vous pourrez voir quelles sont les principales orientations de la Commission en lisant l'exposé de mission qui se trouve dans les documents d'information qui vous ont été remis. Nous considérons que notre rôle consiste à protéger la personnalité canadienne dans le monde en réglementant, avec le plus de délicatesse possible, l'industrie de la radiodiffusion et celle des télécommunications de façon à promouvoir la prospérité culturelle et économique de notre pays.

J'insiste sur les aspects culturel et économique. Nos diverses clientèles nous considèrent sous un tout autre jour. Bien des représentants des industries culturelles, de l'industrie musicale, par exemple, nous considère uniquement comme leur protecteur culturel, ce qui est bien légitime. Nous nous plaisons à considérer que c'est notre rôle.

[*Text*]

If you ask the presidents of the main telephone companies or some of the cable companies, they see us as an economic agency to lay down the rules of the game.

So we're both. We have to be both. If there's any ambiguity it's only in the interest of the participants. It's a little bit like an elephant seen by different nationalities, who would see a *boeuf bourguignon* or something like an aerodynamic instrument—or if you were Canadian, probably a federal–provincial problem.

[*Translation*]

Si vous demandez aux présidents des principales compagnies téléphoniques ou de certaines sociétés de télédistribution quel rôle ils vous attribuent, ils vous diront qu'ils nous considèrent comme un organisme économique chargé d'établir les règles du jeu.

Par conséquent, nous avons ces deux rôles et nous devons les assumer. S'il subsiste une certaine ambiguïté à ce sujet, c'est uniquement dans l'intérêt des participants. C'est un peu comme un éléphant qui serait perçu de diverses manières dans divers pays—comme un boeuf bourguignon ou comme un instrument aérodynamique, ou probablement comme un problème fédéral–provincial, par les Canadiens.

• 1530

In the case of the CRTC, we are all things to all citizens. I didn't know this before arriving there nearly five years ago but we are present in literally every room of your house and in almost every activity you can imagine, through radio, television, the music industry, the cultural industry, the movie industry. If you even have a little sailboat and are listening to a radio, we're doing something to you there. We're setting rules for Canadian content on the radio.

All of that is to say that I hope you will take an interest in the CRTC. We welcome your interest. It's essential to our democracy that we have close scrutiny by Parliament. We want to cooperate and you will see that we will.

A couple of you have already come to us and you have seen that we are willing and eager to reach out and to serve you as members of Parliament. Please don't ever be shy about writing, phoning or just getting together. I'll come and see you and we can go over anything that is not officially before us.

Some of the key issues I will come to a little bit later but those are the orientations we have.

Regardons maintenant quelques grandes questions qui sont d'actualité aujourd'hui. La question qui semble intéresser les journalistes et bien des gens du monde culturel en ce moment, c'est l'annonce, lundi prochain à 12 heures, des nouveaux services spécialisés de la télévision. Je crois qu'il vaut la peine que vous jetiez un coup d'oeil sur notre jugement. Je ne chercherai pas à avancer la date en vous donnant la moindre explication, mais je vous signale que c'est une question d'une portée considérable pour la santé de l'audiovisuel au Canada. Nous espérons, comme l'article 3 de la Loi sur la radiodiffusion nous y incite, ajouter comme toujours à la qualité, à la diversité et surtout au caractère canadien du système de radiodiffusion.

Une autre question est celle de l'autoroute électronique, avec ses multiples facettes. Comme je l'ai dit à un journaliste juste avant de venir dans la salle, nous sommes au milieu d'une des transitions les plus dynamiques et les plus intenses de l'histoire des communications mondiales. C'est parce que la technologie explose. Chaque semaine, les laboratoires sortent des appareils qui éclipsent ceux de la semaine précédente. Nous devons nous adapter rapidement à l'intérieur d'une vision

Le CRTC est omniprésent dans la vie des citoyens. J'ignorais cela avant d'y entrer, il y a cinq ans, mais nous sommes présent dans littéralement toutes les pièces de votre maison et dans presque toutes les activités imaginables, présence qui est assurée par la radio, la télévision, l'industrie musicale, les industries culturelles, l'industrie cinématographique. Même si vous avez un petit voilier et que vous écoutez la radio, nous avons une influence sur vous. Nous établissons les règles concernant le contenu canadien des émissions radiophoniques.

Tout cela pour dire que j'espère que vous vous intéresserez au CRTC. Merci d'avance. Il est essentiel pour préserver notre démocratie que le Parlement examine à fond nos activités. Nous tenons à collaborer avec vous et vous verrez que ce ne sont pas des paroles en l'air.

Deux ou trois d'entre vous sont déjà venus nous trouver et vous avez pu constater que nous sommes tout disposés à vous aider et à vous servir dans le cadre de vos fonctions de députés. Surtout, n'hésitez pas à nous écrire, à nous téléphoner ou à organiser une rencontre. Je viendrai vous voir et nous pourrons examiner toutes les questions dont nous ne sommes pas officiellement saisis.

Je parlerai un peu plus tard de certaines questions clés, mais voilà en bref quelles sont nos orientations.

Let's now look at some of the current issues. The one which seems to interest a great deal media people and members of the cultural community at this particular time is the announcement, next Monday at 12 o'clock, of the new specialty television services. I think it is worth taking a look at our ruling. I will not try to let you know ahead of time by giving you any explanation, but I will tell you that this is a matter of great importance to the health of the audio–visual sector in Canada. We hope, as set out in section 3 of the Broadcasting Act, to continue to add to the quality, the diversity and particularly to the canadian nature of the broadcasting system.

Another issue is the multifaceted information highway. As I told a reporterjust before entering this room, we are in the middle of one of the most dynamic and intense transition in the history of world communications. This is because technology is exploding. Every week, labs come out with devices which outdo those of the week before. We have to adapt quickly within a strategic vision, the one I gave you earlier, which is the underpinning of the Canadian personality by regulating, with a

[*Texte*]

stratégique, celle que je vous ai donnée tout à l'heure, c'est–à–dire protéger la personnalité canadienne en réglementant d'une manière légère mais tactiquement réaliste les industries de l'audiovisuel et des télécommunications.

Nous devons faire particulièrement attention de jongler avec tous les intérêts de la société canadienne. L'autoroute électronique est une des grandes questions de l'heure. J'ai hâte d'essayer de répondre à vos questions tout en vous prévenant que personne n'a toutes les réponses. Personne n'a même beaucoup de réponses à cela, parce que la situation est en évolution très rapide.

Another question that is of considerable interest, I think, is consumer protection. This shows itself in many areas, social and cultural issues of all kinds. We have tried over the last four or five years in particular to open the doors and windows of the CRTC and listen more to the people of Canada, listen to their concerns, many of which are very practical ones. I'm thinking of the hard of hearing, the blind, people like that who have very specific needs and demands. We work very closely with them, as we do with multicultural groups who want to be represented on the screen and behind, in the workforce of radio and television stations. This is part of the mandate that Parliament has given us in the new broadcasting law and under the law on employment equity.

These are some social and cultural concerns, linguistic concerns, of course. We try to make sure that the two major language groups are well served in their communities in the broadest possible way.

We also try to pay attention to the needs of the native community for whom communication is life or death. The cancellation a couple of years ago of grants to the native broadcasting and media programs was devastating to the native communities. I didn't come here with the intention of lobbying you for anything, but if I did I would say that's a dossier you might want to watch. You could do a lot of good if you could do something for the native communities, to get their communications system back, help them with their funding for their radio, their television, their newspapers.

• 1535

We are setting rules. We have already set a regulatory framework that is extremely welcoming to them. They know it and they've told us that they like it very much. We've done our part, but they need a little bit of money. I'll just leave that on the table and I promise I won't lobby for any more money.

Je pourrais aussi dire que la question de la protection de la vie privée est une question explosive, qui va le devenir davantage au passage des années, surtout si l'autoroute électronique n'incorpore pas à la technologie nouvelle, surtout dans les boîtes interactives, des appareils pour empêcher les commanditaires de publicité de connaître vos goûts individuels.

[*Traduction*]

light hand but in a tactically realistic manner the audio–visual and telecommunications industries.

We must be particularly careful to juggle with all the interests of the Canadian society. The electronic highway is one of the great issues of the day. I am looking forward to try to answer your questions while warning you that nobody has all the answers. Nobody even has many answers to this, because the situation is changing very rapidly.

Une autre question très intéressante à mon avis est celle de la protection des consommateurs. Il y a toutes sortes de questions sociales et culturelles qui se posent dans bien des secteurs. Depuis quatre ou cinq ans, nous essayons de pratiquer une politique d'ouverture et d'écouter davantage les Canadiens et leurs problèmes, qui sont généralement d'ordre très pratique. Je songe notamment aux malentendants, aux aveugles, à ceux qui ont des besoins et des exigences très précis. Nous collaborons étroitement avec eux, comme avec les groupes multiculturels qui veulent être représentés à l'écran et derrière, parmi les effectifs des stations de radio et de télévision. Cela fait partie de la mission que le Parlement nous a confiée dans la nouvelle législation sur la radiodiffusion et en vertu de la loi sur l'équité en matière d'emploi.

Il y a certes des problèmes sociaux et culturels ainsi que des problèmes linguistiques qui se posent. Nous essayons d'offrir le meilleur service possible sur place aux représentants des deux principaux groupes linguistiques.

Nous essayons également d'être attentif aux besoins des membres des collectivités autochtones pour lesquels la communication est une question de vie ou de mort. La suppression, il y a deux ou trois ans, des subventions accordées pour la radiodiffusion d'émissions autochtones a eu pour eux des conséquences catastrophiques. Je ne suis pas venu ici dans l'intention de faire du lobbying en faveur de quoi que ce soit, mais je contenterai de dire que c'est un dossier qui mérite votre attention. Vous pourriez faire beaucoup de bien en faisant quelque chose pour les collectivités autochtones, pour remettre leur système de communication en marche, pour les aider à financer leur services de radio et de télévision, et leurs journaux.

Nous établissons des règles. Nous avons déjà établi un cadre réglementaire extrêmement favorable. Les Autochtones le savent et ils nous ont dit qu'ils l'apprécient beaucoup. Nous avons fait notre part, mais ils ont besoin d'un peu d'argent. Je vous laisse réfléchir et je vous promets de ne pas solliciter de fonds supplémentaires.

I may also say that the issue of privacy is an explosive one which is going to become more explosive as years go by, particularly if the information highway doesn't incorporate into the new technology, especially in the interactive boxes, devices which are designed to prevent advertising sponsors to know poeple's tastes.

[*Text*]

Nous avons déjà prévenu l'industrie du câble qu'il ne fallait pas incorporer des programmes qui permettent aux gens de la publicité de savoir ce qu'on regarde à n'importe quelle heure. Il ne le faut pas. Il y a moyen d'empêcher cela, et nous avons averti l'industrie et le commissaire à la protection de la vie privée, qui s'en occupe maintenant et avec qui nous allons travailler la main dans la main.

I could mention another illustration of this that you can watch for in the next few days. We'll be making an announcement on those devices called ADADs, automatic dialing devices, which some of you may have been subjected to. All I can say is to stay tuned. That is an issue that we intend to deal with very seriously.

All those issues that I mentioned, with the possible exception of the electronic highway, have been issues that citizens have put on our table. Perennial issues are telephone rates, particularly local telephone rates, and cable rates. I'm quite sure every one of you has had dozens of letters asking you to intervene to protect their cable rates.

Please deal with us on this. We will at least give you the rationale and the explanations of why this is, so they won't at least blame you. You can blame us if you need to blame somebody. There are reasons for this.

I'd be glad to go into this at the period of questions, when I can tell you about why you do need a little bit of money for the cable companies to build infrastructure, for example, because that's part of the reality. In an enormous continent–wide country like Canada, we have to spend some money on infrastructure. It costs a lot of money.

The reason we have one of the best telecommunication and cable systems in the world is that we spend a lot of money. That's not just flattery for our industries by any means, it's what the world tells us.

Our ancestors also had a lot of vision, whether it was the guys who strung the wires on the poles or young female telephone operators in the Yukon who worked night and day to serve people. There are a whole lot of courageous stories behind our telecommunications system.

Those are some of the current issues.

Termimons par l'autoroute électronique de l'information. C'est un slogan, c'est une métaphore, c'est la phrase manchette de l'année, tout comme l'an dernier, c'était l'étoile de la mort ou les 500 canaux. Les 500 canaux, cela continue. Je compte m'occuper de cette question de la façon suivante.

The electronic information highway is essentially a metaphor to explain an enormously complex and spontaneous intersection of technology, market forces and the consumer to create a new communications system. Let me take those three elements in turn. I'd like to apply a bit of a reality check to this.

[*Translation*]

We have already warned the cable industry that they shouldn't incorporate programs which enable advertising people to know what people are watching at any time. It shouldn't be. It's possible to prevent that, and we have warned both the industry and the Privacy Commissioner who is presently dealing with this and with whom we are going to work hand in hand.

Je pourrais citer un autre exemple dont vous serez témoin dans les prochains jours. Nous ferons une déclaration au sujet des appareils que l'on appelle ADAD, des composeurs automatiques, auxquels certains d'entre vous ont peut–être déjà eu affaire. Tout ce que je peux vous dire, c'est de rester à l'écoute. C'est une question que nous comptons examiner très sérieusement.

Toutes les grandes questions dont j'ai parlé, à l'exception peut–être de l'autoroute électronique, sont des questions qui ont été soulevées par des citoyens. Parmi les questions courantes, il y a les tarifs téléphoniques, surtout les tarifs pour les communications locales et les tarifs de télédistribution. Je suis certain que vous avez tous reçu des dizaines de lettres de citoyens qui vous demandent d'intervenir pour protéger ces derniers.

N'hésitez pas à communiquer avec nous à ce sujet. Nous vous expliquerons au moins pour quelle raison nous avons accepté ces tarifs et par conséquent vos électeurs n'auront du moins rien à vous reprocher. Vous pourrez toujours rejeter la responsabilité sur nous si vous voulez. Nous avons des raisons d'agir ainsi.

J'en parlerai volontiers pendant la période de questions; je pourrai vous dire pourquoi on a besoin d'un peu d'argent pour permettre aux sociétés de télédistribution, de construire une infrastructure par exemple, parce que cela fait partie de la réalité. Dans un pays aussi grand que le Canada, qui a la superficie d'un continent, il faut consacrer de l'argent à l'infrastructure, car elle coûte cher.

Si nous avons un des meilleurs réseau de télécommunication et de télédistribution du monde, c'est parce que nous y consacrons beaucoup d'argent. Ce n'est pas que je veuille flatter le moins du monde nos industries, mais ce qu'on nous dit.

Nos ancêtres étaient également très perspicaces, qu'il s'agisse des ouvriers qui ont installé les fils sur les poteaux ou des jeunes téléphonistes du Yukon qui ont travaillé jour et nuit pour assurer le service. L'histoire de notre réseau de télécommunication est truffé de leçons de courage.

Voilà donc quelques–unes des grandes questions d'actualité.

Let's conclude with the information highway. It is a catchword, a metaphor, the buzzword of the year, just like the deathstar or the 500 channels last year. It continues with the 500 channels. I intend to deal with this matter in the following way.

L'autoroute électronique est essentiellement une métaphore que l'on emploie pour désigner la conjugaison extrêmement complexe et spontanée de la technologie, des forces du marché et des efforts des consommateurs pour créer un nouveau réseau de communications. Je vais passer ces trois éléments en revue, en y apportant une note réaliste.

[*Texte*]

The technology that's coming out of the laboratories, the results of which you are soon going to be seeing, is first of all the digital video compression, or DVC. This simply means that you can now squeeze five or six channels out of every single channel. In future years they're expecting many more than that, ten or more. I see no reason why technology will stop advancing in the year 2000, which is as far as anybody has dared to look.

As I told some other people, when you're dealing with technology of communications these days, five years is something like three eternities. It's really impossible to keep up with this.

One of the leading scientists in the area, Nicholas Negroponte of the MIT media lab, who is considered one of the two or three major gurus in the world, has announced that he's considering giving up reading the technical journals because they get out of date too quickly. He's going to read—and this is good news for members of the media if they're here—daily newspapers to know what's going on in his own area. He says he just can't keep up with it. The lead times for the technical journals are too long.

• 1540

If people tell you they can't predict what's going on, they're really not doing a classic fudge or skating you off into the boards. The reality is they can't predict. They can give you an inspired guess at best.

The second technology that is going to take—as the first one will—three, five or seven years depending on what part of the country you're in, is interactivity. This is the famous black box you have heard discussed that will be put on top of your TV set.

You will probably have a mouse instead of a zapper. There will be menus on the TV screen, and the TV screen may be married to the telephone and computer by the year 2000. I think it's going to take a little longer, but that's the earliest I've heard it predicted.

If you put the telephone, the computer and the television together and try to imagine what it will be like, you can be sure the device whereby your body or your mind will influence this will probably be a mouse for this generation. Later it may be voice–activated. Voice–activated technology is in the labs and it works very well. There'll be all kinds of simple ways of interacting.

When people talk about the electronic highway or the electronic marketplace they don't know what this magic device that will simultaneously be the telephone, the television, the computer and maybe something else will look like. Maybe it'll make coffee, as people have said. It's going to be a new device we can't even imagine.

Since we're on that topic, I'll tell you about one apparatus I saw that with all the skepticism I'm paid to have really astonished me. It was an electronic tablet half an inch thick, 12 inches wide, and 14 inches high. It's being developed by the Knight–Ridder newspaper chain in Boulder, Colorado. It purports to simply be an electronic newspaper, but it can be used for many more things. It will eventually receive signals by satellite from any newspaper in the world. If you dial 1–3–4 you

[*Traduction*]

La technologie qui sort de nos laboratoires, dont vous pourrez bientôt voir les résultats, est d'abord et avant tout la technologie de la compression vidéo numérique, ou CVN. Cela signifie tout simplement que l'on peut désormais caser cinq ou six chaînes dans une seule chaîne. On s'attend à ce qu'il y en ait beaucoup plus à l'avenir dix ou davantage. Je ne vois aucune raison pour que la technologie cesse de progresser en l'an 2000, puisque personne n'a encore osé faire des prévisions au–delà de cette date.

Comme je l'ai dit à d'autres, en matière de technologie des communications, une période de cinq ans représente de nos jours une éternité. Il est vraiment impossible de se tenir au courant de tous les progrès.

Un des scientifiques les plus éminents de ce domaine, Nicholas Negroponti du MIT media lab, qui est considéré comme un des deux ou trois gourous dans le monde entier, a annoncé qu'il envisage de cesser de lire les revues techniques parce qu'elles sont trop vite dépassées. Il a décidé de lire—et c'est une bonne nouvelle pour les représentants des média, s'il y en a ici—les quotidiens pour savoir ce qui se passe dans son domaine. Il prétend qu'il n'arrive pas à suivre les progrès. Les délais de publication des revues techniques sont trop longs.

Si l'on vous dit que l'on arrive pas à prévoir ce qui se passe, ce n'est pas pour vous raconter des balivernes ni pour vous envoyer paître. C'est parce que c'est impossible. On peut tout au plus faire des approximations.

La deuxième technologie qui, à l'instar de la première, va mettre trois, cinq ou sept ans à se développer, selon la région du pays où l'on vit, est l'interactivité. Il s'agit de la fameuse boîte noire dont vous avez entendu parler et que l'on placera sur le téléviseur.

Vous aurez probablement une souris au lieu d'un zappeur. Des menus apparaîtront sur l'écran de télévision qui sera relié au téléphone et à l'ordinateur d'ici l'an 2000. Je pense que cela prendra un peu plus de temps, mais on ne prévoit pas que ce soit possible avant cela.

Reliez ensemble le téléphone, l'ordinateur et le téléviseur et essayez d'imaginer ce que cela donne; vous pouvez être certain que l'accessoire grâce auquel votre corps ou votre esprit pourra influencer cette installation sera probablement une souris pour la présente génération. Il est possible que ce soit une commande vocale plus tard. La technologie de la commande vocale est au stade expérimental et elle donne de très bons résultats. Il y aura toutes sortes de moyens simples d'interaction.

Lorsqu'on parle de l'autoroute électronique ou du marché électronique, on ignore à quoi ressemblera l'instrument magique qui servira à la fois de téléphone, de téléviseur, d'ordinateur et peut–être encore à autre chose. Peut–être que cet instrument pourra faire du café, comme certains l'ont dit. Il s'agira d'un nouvel appareil que l'on n'arrive pas à imaginer.

Tant que nous y sommes, je vais vous parler d'un appareil que j'ai vu et qui, même si je suis payé pour être sceptique, m'a vraiment impressionné. Il s'agit d'une cartouche électronique d'un demi–pouce d'épaisseur et qui mesure 12 pouces de large et 14 pouces de long. C'est la chaîne de journaux Knight–Ridder de Boulder au Colorado, qui est en train de la mettre au point. Elle se présente comme un simple journal électronique, mais peut servir à bien d'autres usages. Le cas échéant elle captera

[*Text*]

may get *La Voix de l'Est*, or if you dial 5–6–3 *The Calgary Herald* may appear on your screen.

You could also create your own personalized newspaper with whatever news you want. The device could also be a television set or a video phone. It could also be—and we'll come back to the question of the native community—an incredible educational tool for children in remote areas.

We don't know what technology will give us in the next seven years. That is about eight eternities by this time. It is moving so fast even the top people in the technology area can only give you their best guess, their best instinct of where it's going.

It's moving with incredible speed and that's why you can expect regulations will have to be very tactically agile and willing to improvise. They must fit realities that will be walking in the door every day. They must be within the simple strategic vision of protecting the Canadian identity or personality and the cultural and economic prosperity of the country.

That's the ball game, but the rules will have to change because the shape of the field is going to be changing all the time. It's just going to make life very interesting for you because we're only one of your agencies. You're going to have the same thing going on, I'm sure, in many other areas.

A third technological area of importance that will conquer the mystery of the electronic highway will be software that will make everything consumer–friendly. We already have billions and trillions of bits of information on the beginnings of the electronic highway through Internet, for example. We now need to make other civil and military systems easy for people to access.

If some of you have American Online, Delphi, CompuServe, or some of these other programs, you know what I'm talking about. These are simple software programs that allow you to delve into this enormous universe of information, find what you want quickly by using menus and a mouse, have it all mastered for you and deliver what you want. Even that technology is not ripe enough.

So when I announced that this was a reality check on the electronic highway, I wanted to say that much of what you read in the media and even some speeches by people who might know a little better in the industry are what I would call gee–whizzery. It's saying let's get excited about this because we've never seen it before. That's not enough. If you want to get excited but in a realistic way, you have to ask when is the stuff coming out of the labs, when will it be rolled out. And when I get to consumers I'll have a much tougher question you might want to ask.

[*Translation*]

des signaux de n'importe quel journal du monde par satellite. En composant le 1–3–4, on pourra peut–être faire apparaître sur l'écran *La Voix de l'Est* ou le *Calgary Herald* en composant le 5–6–3.

On pourra également créer un journal personnalisé avec toutes les nouvelles que l'on veut. Cet appareil pourrait également servir de téléviseur ou de vidéophone. Il pourrait constituer un outil didactique formidable pour les enfants des régions isolées, ce qui nous ramène à la question des collectivités autochtones.

Nous ignorons ce que la technologie nous réserve d'ici sept ans, des éternités, à vrai dire. Les progrès sont tellement rapides que même les plus grands spécialistes ne peuvent donner qu'un jugement approximatif, une simple conjecture.

La situation évolue à une vitesse incroyable et c'est pourquoi l'on peut s'attendre de voir adopter une tactique très rapide en matière de réglementation; il va falloir être disposé à improviser. Les règlements devront s'adapter aux réalités qui surgiront quotidiennement. Ils devront correspondre à la simple vision stratégique qui consiste à protéger l'identité ou la personnalité canadienne ainsi que la prospérité culturelle et économique de notre pays.

Voilà en quoi consistera le jeu, mais il faudra que les règles évoluent parce que la forme du terrain va changer tout le temps. Grâce à cela, le travail deviendra d'autant plus intéressant pour vous, parce que nous ne sommes qu'un des organismes qui relèvent de vous. Cette situation va se reproduire dans bien d'autres domaines.

Une troisième technologie importante qui permettra de percer le mystère de l'autoroute électronique: les logiciels qui rendront tout accessible au consommateur. Alors que l'autoroute électronique n'en est qu'à ses débuts, nous avons déjà des milliards et des billions de bits d'information grâce à Internet, par exemple. Nous devons maintenant rendre d'autres réseaux civils et militaires accessibles à la population.

Ceux d'entre vous qui connaissent déjà American Online, Delphi, CompuServe, ou certains autres logiciels, savent de quoi je parle. Il s'agit de programmes logiciels simples qui permettent d'avoir accès à une quantité phénoménale d'informations, de trouver ce que l'on veut rapidement grâce à des menus et à une souris, qui font tout le travail pour vous et vous donnent les renseignements que vous voulez. Même cette technologie n'est pas encore tout à fait au point.

Quand j'ai annoncé que j'allais vous faire un bref exposé réaliste sur l'autoroute électronique, je voulais dire que la plupart des articles que l'on lit dans les journaux et les revues et même ce qu'on trouve dans les discours faits par des gens qui s'y connaissent un peu mieux dans ce domaine, attestent de ce que j'appellerais un enthousiasme débordant. Ils disent qu'il faut s'enthousiasmer parce qu'on n'avait encore jamais vu cela. Cela ne suffit pas. C'est bien beau de s'enthousiasmer, mais il faut le faire de façon réaliste; il faut demander quand cette nouveauté sortira des laboratoires, quand elle sera opérationnelle. Vous voudrez peut–être poser une question beaucoup plus sérieuse quand on parlera des consommateurs.

• 1545

So much for the technology. What about the market forces, the second main aspect of the information highway? The market forces also are moving in response to the excitement of the technology because entrepreneurs, many of them with more

Voilà pour ce qui est de la technologie. Parlons maintenant des forces du marché, le deuxième aspect principal de l'autoroute électronique. Les forces du marché reflètent également l'enthousiasme que suscite la technologie parce que

[*Texte*]

money than common sense, are throwing billions of dollars at the so–called electronic highway. I don't even think they're doing this for reasons of strategic hope but for reasons of tactical fear. They are afraid that their competitors are going to buy something that they didn't think of buying first.

That's why you see huge deals like the Bell Atlantic and TCI cable company deal, $30 billion U.S., in the U.S. collapsing in four or five months, and another one for Bell South and Cox collapsing in a few months as well. They all blame the regulator, the FCC, which lowered the cable rates and made the take–over less advantageous. There will be more of those things.

What I see is that it's like the wild days of building the railways in the 19th century. We had a few scandals here; Sir John A. Macdonald would tell you about them. We had lots of them in the United States, Britain and France, and people who bought the Russian railways don't even mention it. People were throwing huge amounts of money at a dream. It was mainly rooted in greed and fear more than in realistic hope.

If I had any attitude or mind–set I would recommend to you a healthy skepticism and realistic hope when you are looking at the electronic highway or what purports to be that. This way, you will not confuse science fiction with what legislators can do today and with what regulators can be doing today.

I think you have to watch the market forces with excitement and not read *The Wall Street Journal* too much because they fall into merger gee–whizzery, not the technological kind. You must not mistake the deal for the deal. The deal is people. The deal is nation–building. The deal is what's good for the population of a country, not what will make the CEO look like a genius because he took over another multi–billion–dollar company.

So much ego is driving this that I think we really have to try to force the issues back to earth. I'm not trying to throw cold water on all the eminent Canadians who are sketching out dreams. I have enormous respect for some of the people who have laid out their visions of the electronic highway. I'm not thinking of their plans in this way because I don't think they have gone over the line as some of the Americans have. The Americans were leading the way on this. We have some major Canadian additions: Roger's vision, the Stentor vision, which are all very exciting and interesting and I think considerably more realistic than the American ones. We're going to see how they play out.

So much then for the mergers. The final issue on the electronic highway is the consumer. I think the consumer is the great absent person from the debate.

[*Traduction*]

des entrepreneurs, dont la plupart ont plus d'argent que de bon sens, engouffrent des milliards de dollars dans l'autoroute électronique. Je ne pense même pas qu'ils le fassent pour des raisons d'espoir stratégique mais plutôt de crainte tactique. Ils craignent que leurs concurrents n'achètent quelque chose qu'ils n'avaient pas pensé à acheter les premiers.

C'est pourquoi on assiste à des marchés gigantesques comme celui de 30 milliards de dollars, conclu entre la société Bell Atlantic et la société de télédistribution TCI aux États–Unis, qui s'est effondré en l'espace de quatre ou cinq mois ainsi que le marché entre Bell South et Cox qui s'est effondré en l'espace de quelques mois également. Tout le monde rejette la responsabilité sur l'organisme de réglementation, sur la FCC qui a diminué les tarifs de télédistribution et rendu les prises de contrôle moins intéressantes. On assistera à d'autres opérations de ce genre.

Cela doit ressembler à mon avis à ce qui se passait pendant la l'époque délirante de la construction des chemins de fer, au XIX^{e} siècle. Quelques scandales ont éclaté; Sir John A. Macdonald pourrait vous en parler. Il y a toute une série de scandales qui ont éclaté aux États–Unis, en Grande–Bretagne et en France, et les gens qui ont acheté les actions des chemins de fer russes n'en parlent même pas. Les gens engouffraient des sommes folles à la poursuite d'un rêve. Ce comportement était davantage motivé par l'appât du gain et par la crainte que par un espoir réaliste.

Si j'avais une attitude ou une mentalité à recommander, je vous conseillerais d'afficher un scepticisme sain et d'avoir un espoir réaliste à l'égard de l'autoroute électronique ou de ce que l'on considère comme tel. Ainsi, vous ne confondrez pas la science fiction avec ce que les législateurs et les organes de règlementation peuvent faire à l'heure actuelle.

Je crois qu'il faut observer avec enthousiasme les forces du marché et ne pas trop lire le *Wall Street Journal* qui se laisse épater par les fusions en négligeant l'aspect technologique de l'entreprise. Il ne faut pas confondre affaire et enjeu. L'enjeu, ce sont les gens. L'enjeu consiste à édifier la nation. L'enjeu, c'est ce qui est bon pour la population d'un pays et pas ce qui permettra au PDG d'une entreprise d'acquérir la réputation de génie pour avoir réussi une prise de contrôle à coup de milliards de dollars.

C'est une aventure où la motivation est basée tellement sur les ambitions personnelles qu'il faut à mon sens s'efforcer de ramener tout cela à des dimensions plus réalistes. Je n'essaie pas d'étouffer l'enthousiasme de tous les éminents Canadiens qui font de grands rêves. J'éprouve énormément de respect à l'égard de certaines personnes qui ont exposé leur vision de l'autoroute électronique. Je ne pense pas cela de leur projet parce que je ne crois pas qu'ils aient dépassé les bornes, comme certains Américains. Ce sont les Américains qui ont ouvert la voie dans ce domaine. Il y a toutefois la vision de quelques Canadiens éminents qui est venue s'y greffer, comme celle de Roger, celle de Stentor, visions qui sont toutes passionnantes et intéressantes et à mon avis beaucoup plus réalistes que celles des Américains. Nous verrons bien ce qu'elles donneront comme résultat.

C'est tout ce que je voulais dire à propos des fusions. Le dernier élément qui entre en ligne de compte dans l'autoroute électronique est le consommateur. J'estime qu'il est le grand absent du débat.

[*Text*]

Comme on dit en français, les absents ont toujours tort. On ne parle guère du consommateur dans ces débats emballants sur l'autoroute électronique de l'information. On parle des millions de dollars et de la technologie étonnante qui sont là. On ne parle pas du consommateur, ni de ses besoins, ni de ses exigences.

Si j'avais une question à poser, si j'avais un peu plus d'argent dans mon compte et si j'étais un entrepreneur sérieux, je poserais une question: Combien est–ce que le consommateur paierait pour quel service, à quel moment et dans quel format? Voilà la question de base.

Il ne faudrait pas que les entrepreneurs se demandent seulement: Comment peut–on faire un argent fou, ou comment peut–on passer à l'histoire comme des pionniers ou des génies ou passer pour celui qui avait le rêve le plus grandiose? Il faut se demander: Qui a le mieux compris le consommateur?

Si on comprend bien le consommateur, avec un appui réglementaire important, on va pouvoir protéger l'identité canadienne, la personnalité canadienne. Je serai heureux d'aller dans un plus grand détail tout à l'heure.

I just want to end this part of it by saying it again in English, maybe slightly differently, that the consumer has to be integrated into the thinking on the autoroute, on the infobahn, as it's sometimes called.

• 1550

Everything has to come back to what the consumer will pay for. I think it is suicidal for some industries to make plans without sufficient market studies. They have not said how much the consumers will pay for what services and when and in what format.

Format is important. I mentioned the software and about making it computer–friendly. You could have the right product, but it might not be practical. Whether it's this tablet, mouse, keyboard, or a touchpad, those things will matter. I'd like to leave it that the consumer has the last thought on the electronic highway.

I will just say that there are two elements to what I see as the government and regulatory response. The CRTC, for its part, is doing what it can in response to the marketplace.

Our job is not to imagine grandiose dreams. We're not paid to do that. We're not paid to do more than the basic strategic thinking that is essential to the regulatory world. Our purpose is not to imagine the entire universe of tomorrow. There are other people, and I'll come to them in a minute.

Our job is to administer today's reality and foresee the endless transitions, and then to try to smooth the transitions for the best possible result for the Canadian citizen, the Canadian public interest, and the Canadian business infrastructure.

We see the goals of the electronic highway, of course, to be a large degree of consumer protection on universal access, price, and the protection of privacy. We also see that our role is to help industry build, as quickly and as solidly as possible, the best telecommunications and electronic highway infrastructure in the world.

[*Translation*]

As they say in French, absents are always in the wrong. We don't talk very much about the consumer in those exciting debates on the information highway. We talk about millions of dollars and about the amazing technology which are there. We don't talk about consumers or about their needs, their demands.

If I had one question to ask, if I had a little more money in my bank account and if I were a serious entrepreneur, I would ask the following: How much would the consumer pay for what service, at what time and in what format? This is the basic question.

Entrepreneurs shouldn't ask themselves how they can make lots of money and how they can go down in history as pioneers or geniuses or be considered as the one who had the greatest dream? We should ask the following question: Who understood the consumer best?

If we understand the consumer well, with significant regulatory support, we will be able to protect the Canadian identity, the Canadian personality. I will gladly go into more details later on.

Je terminerai cette partie de mon exposé en répétant en anglais, sous une forme légèrement différente, qu'il ne faut pas négliger le consommateur dans les projets que l'on fait au sujet de l'autoroute électronique, de l'infobahn comme on l'appelle parfois.

Tout doit se ramener au prise que devra acquitter le consommateur. J'estime qu'il est suicidaire de la part de certaines entreprises de faire des projets avant d'avoir fait suffisamment d'études de marché. Elles n'ont pas dit combien le consommateur payera pour tel ou tel service, ni quand et sous quelle forme.

La forme est importante. J'ai parlé de logiciels en disant qu'il fallait que le système soit accessible. On peut très bien avoir le bon produit sans qu'il soit pour autant pratique. Qu'il s'agisse d'une cartouche, d'une souris, d'un clavier ou d'un autre type de commande tactile, cela aura de l'importance. Je voudrais qu'on laisser au consommateur le dernier mot en ce qui concerne l'autoroute électronique.

Je me contenterai de dire que la réaction gouvernementale sur le plan réglementaire comporte deux éléments. Pour sa part, le CRTC fait ce qu'il peut pour s'adapter au marché.

Notre tâche ne consiste pas à faire des rêves grandioses. Nous ne sommes pas payés pour cela. Nous sommes payés uniquement pour faire la réflexion stratégique de base qui joue un rôle essentiel dans la réglementation. Notre objectif n'est pas d'imaginer tout l'univers de demain. Il y a d'autre personnes qui le font, et j'en parlerai dans quelques instants.

Notre tâche consiste à administrer la réalité actuelle et à prévoir les transitions infinies, puis à essayer d'arrondir les angles pour que tout se passe le mieux possible pour les citoyens, pour l'intérêt public et pour les entreprises canadiennes.

Dans le contexte de l'autoroute électronique, nos principaux objectifs consistent à protéger le consommateur sur le plan de l'accès universel, à réglementer les prix et à protéger la vie privée. Notre rôle consiste également à aider l'industrie à édifier le plus vite et le plus solidement possible la meilleure infrastructure de télécommunications et autoroute électronique du monde.

[*Texte*]

We are a long way toward that. We are already in the vanguard of the world. As you know, one of the five or six key hardware companies in the world in telecommunications is Northern Telecom. There are only four or five in the world, and we have one of them.

We're just the rule–makers. We don't give out money or do anything like that, but we set the rules. We would like to set rules in a way that helps the market to free its own energies on behalf of Canada. We see business as an essential motor to the economy. We want to make sure that the best possible and affordable infrastructure is in place to make the job of the business people easier. That task is to create prosperity, jobs, and happiness all around.

The second purpose we have, as I said, is to protect the consumer in any way we can. We fully intend to do that. Consider the ways we have done this in the last couple of years. I'll just take the last year and this year. In the structural hearing on reviewing the Canadian television universe last year, we deliberately built into the pricing system of cable a method of speeding up the introduction of interactivity. This is the so–called pick and pay universe—I will give you a better answer to the cable bill problem—enabling average citizens to essentially only pay for what they want.

It's not quite that simple. I think there will always be some packages, but they would be smaller packages. The pick and pay universe will be for picking among the hundreds of channels that we will eventually have in five or seven years or so.

This needed the interactive black box, so we asked consumers to contribute to that in their own interest. In the end, it will give them more control over their own cable rights as soon as that black box is rolled in.

The second thing we did was to steer some of that money—$300 million—into a Canadian production fund, because the fundamental purpose of the CRTC under the Broadcasting Act is to keep Canada on its own screens and on its own airwaves. That means we have to steer money into the pockets of artists, creators, actors, and producers. They talk of Canada and make it visible to Canadians.

In September of this year we will have some major decisions on the framework rules for telecommunications. As I said, next Monday we will be announcing some important decisions on the television. That's the regulatory role on the government side. I can't speak for the government. We don't belong to the government. We are independent and at arm's length, but I do read the papers.

[*Traduction*]

Nous avons déjà parcouru pas mal de chemin. Nous sommes déjà des pionniers mondiaux dans ce domaine. Comme vous le savez, la société Northern Telecom est l'une des cinq ou six principales entreprises de fabrication de matériels de télécommunications du monde. Il n'y en a que quatre ou cinq dans le monde et nous en faisons partie.

Notre rôle se limite à la réglementation. Nous ne sommes pas chargés d'octroyer des subventions par exemple, mais d'établir des règlements. Nous voudrions le faire de façon à aider le marché à libérer ses propres énergies dans l'intérêt du Canada. Nous considérons l'entreprise comme un moteur essentiel de l'économie. Nous voulons faire en sorte d'établir l'infrastructure la meilleure et la moins coûteuse possible pour faciliter la tâche des gens d'affaires qui ont pour mission de créer la prospérité, des emplois et à répandre le bonheur.

Notre deuxième but est, comme je l'ai dit, de protéger le consommateur par tous les moyens. C'est bien ce que nous comptons faire. Songez à ce que nous faisons à cet égard depuis deux ans. Je me contenterai de parler de ce que nous avons fait l'année dernière et cette année. L'année dernière, dans le cadre des audiences concernant la restructuration du secteur canadien de la télévision, nous avons volontairement intégré au système de tarification de la télédistribution une méthode permettant d'accélérer l'introduction de l'interactivité. C'est le système de paiement à l'unité—je vous donnerai une meilleure solution au problème des tarifs de télédistribution—, qui permet aux citoyens ordinaires de ne payer que pour les services qu'ils veulent.

Ce n'est pas si simple que cela. Je crois qu'il y aura toujours des forfaits, mais ils seraient plus petits. Le système de paiement à l'unité permettra de choisir entre les centaines de chaînes qui existeront d'ici environ cinq ou sept ans.

Pour cela, il sera nécessaire d'utiliser la boîte noire interactive et par conséquent nous avons mis les consommateurs à contribution dans leur propre intérêt. En fin de compte, ils seront en mesure de mieux faire respecter leurs droits en matière de télédistribution dès que cette boîte noire sera sur le marché.

La deuxième initiative que nous avons prise est la suivante: nous avons investi une partie de cet argent—300 millions de dollars—dans une caisse de production canadienne, parce qu'en vertu de la Loi sur la radiodiffusion, l'objet principal du CRTC consiste à s'arranger pour que l'on continue à diffuser des productions canadiennes sur nos écrans et sur nos ondes. Cela signifie qu'il faudra mettre de l'argent dans les poches des artistes, des créateurs, des acteurs et des producteurs et réalisateurs. Ils parlent du Canada et le rendent visible aux Canadiens.

Cette année, au mois de septembre, d'importantes décisions seront prises au sujet du règlement–cadre pour les télécommunications. Comme je l'ai dit, lundi prochain, nous annoncerons certaines décisions importantes concernant la télévision. Voilà en quoi consiste le rôle du gouvernement en matière de réglementation. Je ne peux pas parler au nom du gouvernement. Nous n'en faisons pas vraiment partie. Nous sommes indépendants, mais je lis les journaux.

[*Text*]

I see there is an excellent committee. I'm happy to pay tribute to the Hon. John Manley, the Minister of Industry, for this. Under Mr. Johnston of McGill University he created a committee of 30 members who are doing the strategic thinking that we don't have the time or people to do, because we're busy assessing and settling the dossiers of day–to–day reality.

[*Translation*]

Je constate qu'il existe un excellent comité. Je tiens à féliciter l'honorable John Manley, ministre de l'Industrie, pour cette initiative. Le ministre a créé un comité sous la présidence de monsieur Johnston de l'Université McGill, comité composé de trente membres qui font la réflexion stratégique que nous n'avons ni le temps ni les ressources humaines pour faire parce que nous sommes occupés à évaluer et régler les problèmes quotidiens.

• 1555

We have to deal with today and the reality of the next few years to make things work. That committee, as I see it, is going to do an invaluable job of helping us look as far ahead as we can. I think they will also be of great value to you as you look ahead.

Nous devons nous pencher sur la réalité d'aujourd'hui et des années à venir afin de faire fonctionner les choses. Ce comité–là, à mon avis, fera un précieux travail de réflexion pour nous aider à envisager l'avenir aussi loin que possible. Je crois qu'il sera également très utile pour vous dans votre réflexion sur l'avenir.

I'll end with one little thought. Even though some of this sounds complicated to you, it also sounds complicated to me and to all of us who are involved in it. It's with a great deal of humility that I come before you.

Je termine avec une petite pensée. Même si tout cela vous semble compliqué, sachez que c'est également compliqué pour moi et pour tous ceux qui oeuvrent dans ce domaine. C'est avec beaucoup d'humilité que je me présente devant vous.

I didn't give you a whole lot of answers. I tried to give you some mind–sets, some suggestions for mind–sets, some questions you might want to be looking for, dossiers to watch and things like the privacy issue that may be exploding. Your participation will be essential to this because we need transmission bells between politics and the people, and you are the best ones. You are the only ones who are elected.

Je ne vous ai pas donné beaucoup de réponses. J'ai essayé de vous faire acquérir certaines tournures d'esprit, je vous ai suggéré certaines visions, ou des questions que vous voudrez peut–être étudier, des dossiers à suivre et des questions telles que la protection de la vie privée qui vont peut–être prendre beaucoup d'importance bientôt. Votre participation sera essentielle car nous avons besoin de liaison entre le milieu politique et le peuple, et vous êtes les mieux placés. Vous êtes les élus.

I hope you will not shy away from making your views known on this. You are obviously here to do some homework and I'm here to hear your perceptions, so please jump in. I meant what I said about working closely with the CRTC. We're independent from the government, but we'll talk to anybody. We don't think the issue is independence. The issue is being Canadian and helping this country and talking to anybody who can lend a hand. We are looking for your ideas and we look forward to a fruitful dialogue with you.

J'espère que vous n'hésiterez pas à faire connaître votre point de vue à ce sujet. Vous êtes ici pour recueillir de l'information et moi je suis ici pour entendre votre perception des choses, alors je vous prie de sauter dans la mêlée. J'étais très sincère quand j'ai parlé de travailler de près avec le CRTC. Nous sommes indépendants du gouvernement, mais nous voulons bien parler à n'importe qui. Nous n'estimons pas qu'il s'agit d'une question d'indépendance. La question c'est d'être Canadien, d'aider le pays et de parler à tous ceux qui peuvent nous donner un coup de main. Nous voulons connaître vos idées et nous espérons engager un dialogue fructueux avec vous.

Je salue les députés de langue française et je les invite à communiquer souvent avec nous. Nous avons eu d'excellents rapports avec les députés du Québec de l'ancienne Législature sur de nombreuses questions. Vous aurez peut–être des questions tout à l'heure sur la réglementation des petites compagnies de téléphone du Québec. C'est une nouvelle question. Je suis à votre disposition pour cela et pour toute autre question.

I would like to extend a greeting to the francophone members of the committee and invite them to stay in close contact with us. We had excellent relations with Quebec members in the former legislature on numerous issues. Later on, you may have questions about the regulation of small telephone companies in Quebec. That's a new issues. I'm at your disposal for that and for any other question.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Merci beaucoup, monsieur Spicer.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Thank you very much, Mr. Spicer.

Thank you for that résumé. As you said in your opening remarks, the CRTC is present in every room in our houses and especially in the House of Commons. We know what a difficult task the CRTC has in terms of protecting the multicultural and multiracial policies in our society.

Merci pour ce résumé. Comme vous l'avez dit dans votre déclaration liminaire, le CRTC est présent dans chaque pièce de nos maisons et en particulier à la Chambre des communes. Nous savons que le CRTC a la tâche difficile de protéger l'application des mesures multiculturelles et multiraciales de notre société.

J'aimerais maintenant donner la parole à M^me^ Tremblay. Étant donné qu'il y a plusieurs députés ici aujourd'hui, vous serait–il possible de vous limiter à cinq minutes, ou si vous préférez prendre dix minutes de chaque côté?

I would now like to give the floor to Mrs. Tremblay. Since there are several members here today, would it be possible to limit your time to five minutes, or do you prefer taking ten minutes on each side?

[*Texte*]

M. Plamondon (Richelieu): On va prendre dix minutes.

La vice-présidente (Mme Bakopanos): On a seulement une heure. Il faut aller voter à la Chambre à 17 heures.

M. Plamondon: Le vote est à 17h30.

La vice-présidente (Mme Bakopanos): En tout cas, on a une heure et quart. Je vais d'abord donner la parole aux membres du Comité. S'il reste du temps, je vais permettre aux autres de poser des questions si vous êtes d'accord.

M. Plamondon: Nous sommes d'accord.

La vice-présidente (Mme Bakopanos): Merci.

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Bonjour, monsieur Spicer.

Vous nous avez parlé abondamment de l'autoroute électronique et de toutes sortes de choses semblables. Ce n'est pas un secteur dans lequel on est très à l'aise. On connaît les projets de Stentor, les projets UBI et les projets SIRIUS. Un Conseil consultatif vient d'être formé. Quand je regarde cela, j'ai l'impression que les personnes de Stentor et les personnes du Conseil consultatif, c'est du pareil au même, à la différence qu'au Conseil consultatif, on a ajouté un ou deux représentants des consommateurs. Cependant, les producteurs, les créateurs, les inventeurs, les auteurs, etc. sont littéralement absents.

Le Devoir—j'en ai quelques copies, madame la présidente—illustrait bien ce matin l'autoroute électronique au moyen d'une caricature: une magnifique porte en chêne derrière laquelle il n'y a rien. Malheureusement, je ne savais pas qu'on était aussi nombreux. Il n'y a pas assez de copies pour tout le monde. C'est un peu la situation dramatique dans laquelle on se trouve présentement.

• 1600

La décision que le président et le vice-président américains ont prise de lancer leur autoroute électronique a fait en sorte que tout le monde est embarqué derrière cela.

Ma principale préoccupation est la suivante. Le CRTC avait autorisé en 1988 la mise sur pied d'un réseau CBC anglais de nouvelles 24 heures par jour pour desservir la population d'un océan à l'autre et, six ans plus tard, les francophones n'ont toujours pas accès à ce service dans ce pays. Je me demande quelles sont les intentions du CRTC par rapport à la réglementation du contenu de l'autoroute électronique. Vous savez comme moi que la chose la plus importante, c'est le contenu. Ce n'est pas quand on aura fait au Saguenay la petite expérience de faire pitonner les gens pour payer leurs comptes de téléphone et faire leurs versements bancaires qu'on aura réglé le problème de l'autoroute électronique. Pendant qu'on est en train de s'amuser avec ces petits gadgets au Québec et au Canada, les Américains sont en train de se préparer à nous envahir et à dominer. La culture hollywoodienne finira par envahir la culture canadienne.

Quand on parle de culture, on a toujours un peu de difficulté parce qu'on n'a pas la même perception chez les francophones et chez les anglophones. C'est un sujet très *touchy*, si vous me permettez l'expression. Il semble qu'on n'a pas toujours la même conception là-dessus. On se sent moins obligé, du côté anglophone, à avoir une attitude protectionniste. On nous reproche souvent d'être protectionnistes par rapport à la culture.

[*Traduction*]

Mr. Plamondon (Richelieu): We'll take ten minutes.

The Vice-Chair (Mrs. Bakopanos): We only have an hour. We have to go and vote in the House at 5 p.m.

Mr. Plamondon: The vote is at 5:30 p.m.

The Vice-Chair (Mrs. Bakopanos): In any event, we have an hour and a quarter. I will first give the floor to members of the committee. If there's any time left, I will allow now members to ask questions if you all agree.

Mr. Plamondon: We agree.

The Vice-Chair (Mrs. Bakopanos): Thank you.

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Good afternoon, Mr. Spicer.

You talked a great deal about the information highway and all kinds of related issues. This is not an area in which we're very comfortable. We are aware of projects such as Stentor, OBI, and Sirus. An advisory committee has just been created. When I look at all this, I get the impression that the people at Stentor and the people at the advisory committee are all one and the same, with the minor difference that one or two representatives of consumer groups were added to the advisory committee. However, producers, creative people, inventors, authors, etc. are literally absent.

In this morning's *Le Devoir*—I have a few copies here, Madam Chair—the information highway was well illustrated through a cartoon: a beautiful oak door behind which there's nothing. Unfortunately, I didn't know there'd be so many of us here today. There aren't enough copies for everyone. This more of less sums up the dramatic situation we're in right now.

The decision made by the American President and Vice-President to build their information highway has meant that everyone has jumped into the same bandwagon.

My main concern is as follows. In 1988, the CRTC had authorized the introduction of a 24-hour CBC news network to serve the public from coast to coast and six years later, francophones still don't have access to this kind of service in this country. I'm wondering what the CRTC intends to do about regulating the content of the information highway. You know as well as I do that content is the most important thing. Having a little experiment in the Saguenay where people push buttons to pay their telephone bills and make bank deposits will not solve the problem of the information highway. While we're here having fun using these little gadgets in Quebec and Canada, the Americans are preparing to invade and dominate us. Hollywood culture will eventually invade Canadian culture.

It's always a bit difficult to discuss culture, because francophones and anglophones don't have the same perception of the issue. It's a very touchy subject. It seems we don't always have the same notion of what it means. Anglophones don't feel as strong a need to take a protectionist stance. We're often criticized for being protectionist with regard to culture.

[*Text*]

Quelle est votre intention? Je ne suis pas intéressée à ce que le CRTC se verse dans la partie *hardware*. Ce qui m'intéresse, c'est la façon dont vous allez protéger la culture par rapport à ce qu'il va y avoir de l'autre côté de la magnifique porte de chêne qu'on nous promet par l'autoroute électronique.

M. Spicer: C'est en effet, madame, notre objectif primordial. En lisant notre déclaration de mission, vous verrez que nous considérons que notre mission est justement de défendre la personnalité canadienne dans toute sa diversité et d'étançonner la prospérité culturelle et économique du Canada.

Nous le faisons essentiellement, ou de façon plus visible, par les quotas nationaux de 30 p. 100 de musique canadienne. Je suis arrivé au CRTC en septembre 1989. En novembre, j'avais eu l'honneur de présider une audience qui a relevé le taux de musique vocale française de 55 p. 100 à 65 p. 100. Voilà un exemple de la façon dont nous essayons d'ancrer la culture canadienne, y compris celle du Québec. C'est nous qui avons fait cela.

En même temps, nous avons des quotas pour le contenu canadien. C'est une phrase lamentable, mais que voulez–vous, c'est cela. La phrase explique l'idée que nous imposons une obligation de 50 p. 100 de programmation canadienne sur une base de 24 heures et de 60 p. 100 aux heures de grande écoute, entre 19 heures et 23 heures. Nous maintenons ces critères et cette réglementation mordicus. Nous n'avons aucune intention de lâcher la réglementation sur le contenu canadien. Je pense que les artistes, les créateurs savent que cela a été fait grâce à mes prédécesseurs au CRTC. Je n'ai aucun mérite. C'est M. Juneau et ses collègues qui ont fait tout cela. Je sais que sans cette réglementation du CRTC, comme l'industrie nous le dit tous les jours, il n'y aurait pas d'industrie canadienne de la musique, pas d'industrie du film et pas de Téléfilm. Il n'y aurait rien du tout. C'est la vérité.

Donc, nous croyons comme vous que le contenu est l'essentiel. Le medium n'est pas le message. Le message, c'est le message. Le contenu, c'est le message. Nous passons énormément de notre temps sur des questions culturelles et sociales.

Je vous ai parlé, bien sûr, des handicapés, mais aussi des groupes multiculturels, des questions de femmes, de la promotion de la femme devant et derrière la caméra. Nous passons énormément de temps à faire cela. Le vice–président de la radiodiffusion lui–même, M. Fernand Bélisle, s'en charge pour illustrer que ce n'est pas un geste marginal, mais une préoccupation centrale pour nous.

Donc, je suis tout à fait d'accord avec vous sur le caractère primordial du contenu. Il n'y a pas du tout de discorde là–dessus. Nous voyons notre mission essentiellement comme une mission de protection de l'identité canadienne, de la personnalité canadienne dans toute sa complexité. Je pense que l'industrie et les artistes du Québec en profitent très, très largement.

Mme Tremblay: Vous allez avoir ces préoccupations même pour l'autoroute?

• 1605

M. Spicer: Oui, cela en fait absolument partie. L'autoroute, comme je vous l'ai dit, c'est une métaphore qui est utilisée plus ou moins pour couvrir la notion de convergence technique du matériel. Le contenu, c'est la volonté des gens de

[*Translation*]

What is your intention? I'm not interested in having the CRTC get involved in the hardware part of things. What I'm interested in, is the way you will protect culture from what is on the other side of that beautiful oak door that we're being promised by the information highway.

Mr. Spicer: Indeed, madam, that is our prime objective. When you read our mission statement, you will see that we consider our mission to be exactly that; defending the Canadian personality in all its diversity and shoring up Canada's cultural and economic prosperity.

We do this essentially, or more visibly, through national quotas of 30% Canadian music. I came to the CRTC in September 1989. In November, I had the honour of chairing a hearing that increased the percentage of french language vocal music from 55% to 65%. This is an example of how we're trying to anchor Canadian culture, including Quebec culture. We are the ones who did that.

At the same time, we have quotas for Canadian content. That may be an unfortunate expression, but what can you do, that's what it is. The expression explains the idea that we impose a compulsory proportion of 50% Canadian programming on a 24–hour basis and 60% during prime time, between 7 p.m. and 11 p.m.. We are adamant about maintaining these criteria and regulations. We have no intention whatsoever to loosen regulations about Canadian content. I think that artists, creative people know that this was done thanks to my predecessors at the CRTC. I have no merit. It was Mr. Juneau and his colleagues who did all this. I know that without these CRTC regulations, as the industry tells us every day, there would be no Canadian music industry, no film industry and no Telefilm. There would be nothing at all. That's the truth of the matter.

So we believe as you do that what's essential is the content. The medium is not the message. The message is the message. The content is the message. We spend a great deal of time considering cultural and social issues.

I talked about the disabled of course, but also about multicultural groups, women's issues, promoting women in front of and behind the camera. We spend an awful lot of time on that. The Vice–Chairman of broadcasting himself, Mr. Fernand Bélisle, will gladly illustrate that this is not a marginal gesture, but one of our main concerns.

So I fully agree with you that content is paramount. There's absolutely no disagreement about that. Essentially, we feel that our mission is to protect Canadian identity, the Canadian personality in all its complexity. I think that the Quebec industry and Quebec artists benefit greatly from this.

Mrs. Tremblay: You will have these concerns even about the highway?

Mr. Spicer: Yes, this certainly belongs to it. As I already told you, the information highway is a metaphor that more or less refers to the concept of technical conversions of the hardware. The content is the will of the regulatory and

[*Texte*]

la réglementation et des gouvernements de maintenir une personnalité nationale à l'écran; pas seulement à l'écran, mais dans toutes les activités de non–programmation, par exemple les services aux vieillards et ainsi de suite. Il y a une multitude de choses qui seront offertes.

Vous n'êtes pas sans savoir que l'Internet, qui compte maintenant 50 millions de participants à l'échelle du monde, permet à n'importe qui d'avoir accès à n'importe qui au monde qui est branché là–dessus et à n'importe quelle programmation. Nous croyons que notre mission est essentiellement de protéger la pesonnalité canadienne. Je puis vous assurer que tel est notre propos.

Vous avez fait brièvement allusion à Newsworld en anglais. Nous avons décliné une demande de Radio–Canada d'offrir un Newsworld français, un service de nouvelles continu, parce que la demande, à notre avis, n'était pas à la hauteur de l'expectative des Québécois et des Canadiens francophones en général. Je pense que les Québécois et les francophones canadiens ont droit à un service de première classe. Je ne prévois rien du tout en disant cela. Je dis tout simplement que c'est pour cela que, dans le passé, nous avons décliné cette offre. Ce n'est pas parce qu'on n'aimait pas les francophones, pas du tout.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Merci, monsieur Spicer.

Jane Stewart.

Mrs. Stewart (Brant): So much for providing me with the mind–set, because your models will help me as I try to explain some of these things to my constituents. I have three quick questions.

First of all, as you were describing the absence of the consumer I couldn't help but relate back to the questions I get from my constituents regarding specifically the increased pricing in the cable industry. As I hear you speak I get the sense you're quite comfortable with those increases and in fact the decisions that have been made will take us into the future and have included the consumer quite fully in the strategies.

Mr. Spicer: Absolutely. In every decision we make, including the ones you will see next Monday, you will see the consumer at the centre of it. It's not the only thing, because we have to build infrastructure in this country. We try to not always see every issue as a holy war between the entrepreneurs, the citizens and the artists.

We try to look for triple–win situations. We want everybody to gain by this, and the interests are interlocking in the end. Citizens cannot have their country on their own screen unless we have a very good infrastructure. Therefore there are some decisions in which we have to appear to favour the cable companies or the broadcasters. It's not because we are in their pocket; it's because we decide in that case we need to build an infrastructure so we can then have an exhibit window for good Canadian programming and so Canadians can still own their country.

[*Traduction*]

government people to keep a national personality on the screen; not only on the screen but in all non–programming activities, for example services to senior citizens and so on. A vast array of services will be offered.

You certainly know that Internet with its 50 million users across the world enables anybody to access any other person in the world that is hooked on the system or any kind of programming. We see our mission as being essentially to protect the canadian personality. I can guarantee you that this is our goal.

In English you briefly referred to Newsworld. We rejected a request from Radio–Canada to broadcast a French language Newsworld, a continuous news service. Because we felt that the proposal wasn't up to the expectation of Quebeckers and French speaking Canadians in general. I think that Quebeckers and French speaking Canadians deserve a first class service. This doesn't amount to any prediction on my part. I'm only saying that this is the reason why we rejected that proposal in the past, and certainly not because we didn't like the French speaking people.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Thank you, Mr. Spicer.

Jane Stewart.

Mme Stewart (Brant): Voilà donc l'attitude générale; vos modèles m'aideront quand j'essaierai d'expliquer certaines de ces choses à mes électeurs. J'ai trois brèves questions.

D'abord, quand vous parliez de l'absence du consommateur, je ne pouvais pas m'empêcher de penser aux questions que me posent mes életeurs au sujet précisément de l'augmentation des tarifs de câblôdiffusion. À vous entendre, il me semble que vous ne trouvez rien à redire à ces augmentations et que, en fait, les décisions ont été prises en fonction de l'avenir et les stratégies envisagées tiennent compte des consommateurs.

M. Spicer: Tout à fait. Chaque fois que nous prenons une décision, y compris celles dont vous prendrez connaissance lundi prochain, vous constaterez que les consommateurs sont au centre de nos préoccupations. Il n'y a pas qu'eux, parce que nous devons construire une infrastructure dans notre pays. Nous essayons de ne pas toujours considérer toutes les questions comme des guerres saintes entre les entrepreneurs, les citoyens et les artistes.

Nous essayons de gagner sur tous les tableaux à la fois. Nous voulons que tout le monde s'y retrouve et finalement les intérêts de tous se recoupent. Les citoyens ne peuvent pas voir sur l'écran un reflet de leur pays si nous n'avons pas une bonne infrastructure. Dans certains cas, nos décisions doivent donc nécessairement sembler favoriser les câblodistributeurs ou les radiodiffuseurs. Nous ne sommes par pour autant à leur service, mais cela veut dire qu'en l'occurrence nous avons jugé nécessaire de construire une infrastructure qui nous permette de montrer de bonnes émissions canadiennes afin que la population canadienne reste propriétaire de son propre pays.

[*Text*]

Other times we're pretty tough on rates. There are seasons when the cable companies hate us. The phone companies once in awhile have not exactly loved us, because we have kept the local rates down. We do that because we're always looking for the proper balance in the public interest between the consumers, creative people and the entrepreneurs.

I like to include entrepreneurs and cultural people as the creative people. Some are the cultural creators; the others are the economic creators. This may be a helpful way of showing why we need to reconcile them.

Mrs. Stewart: Talking about the telephone companies, the deregulation of the telephone industry and the decisions the CRTC had to make really just a few short years ago—and thinking of the decisions that were made as we move to include interconnect and now some of the further decisions, particularly in the area of the telephone—I can relate to that because it's past history and continuing history.

As you made those decisions about companies like Call–Net, how difficult were those as compared to what you expect to have to undertake over the course of the next few years? What can we as MPs expect from the lobbying that will probably go along with those?

Mr. Spicer: You can expect more hearings of that complexity every two or three years. It seems to me when I look at this last year, everything is complex. It's getting more and more complex and it's turning out to be almost wall–to–wall hearings. We have never had such a busy year. The last two years have just been relentless, with hearing after hearing and more and more rules to try to review.

[*Translation*]

Dans d'autres cas, nous sommes très stricts sur les tarifs. Il arrive que les câblodistributeurs nous détestent. À l'occasion, les compagnies de téléphone ne nous portent pas vraiment dans leur coeur non plus, parce que nous maintenons les tarifs locaux à un bas niveau. Nous le faisons parce que nous cherchons toujours à trouver un juste équilibre entre les consommateurs, les créateurs et elles entrepreneurs en ce qui concerne l'intérêt public.

Je considère volontiers les entrepreneurs et les acteurs culturels comme des créateurs. Certains sont des créateurs culturels, les autres des créateurs économiques. Cela peut nous aider à faire comprendre pourquoi il faut concilier leurs besoins.

Mme Stewart: En ce qui concerne les sociétés de téléphone, la déréglementation du secteur téléphonique et les décisions que le CRTC a dû prendre il y a en fait quelques années à peine—il y a aussi les décisions prises pour inclure l'interconnexion et celles qui devront l'être, surtout en ce qui concerne le téléphone—je vois ce que tout cela représente parce que c'est du passé mais c'est aussi l'histoire actuelle.

Quand vous avez pris des décisions à propos d'entreprises comme Call–Net, quelles difficultés vous ont–elles posées par rapport à ce qui vous attend au cours des prochaines années? En tant que député, à quel type de lobbying devrons–nous nous attendre à ce sujet?

M. Spicer: Vous pouvez vous attendre à de nouvelles audiences aussi complexes que celles–ci tous les deux ou trois ans. Quand je pense à l'année écoulée, tout me paraît très complexe. Ça le devient de plus en plus et on a pratiquement des audiences sans aucune interruption. Nous n'avons jamais eu une année aussi active. Les deux dernières années ne nous ont laissé aucun répit, il y avait constamment des audiences ou de nouvelles règles qu'on cherchait à examiner.

• 1610

Paradoxically, sometimes to deregulate you have to re–regulate. For example, when we admitted new players into the voice long–distance market, we had to bring in some rules to protect the new players. They weren't the hare and the tortoise but the mouse and the elephant trying to run together, and the phone companies have extremely deep pockets. They are still about ten times as large as the cable companies.

We had to set rules over a period of years. It's another one of those interminable series of transitions. In this transition in the long–distance telephone market, we are now trying to make sure that the baby of competition is not strangled in the cradle.

That's why paradoxically we had to bring in a few more rules, to create in a half a dozen years or so what we hope will be vigorous competition with many strong players.

Mrs. Stewart: In answering that you answered my third question, which was—

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Jane, your five minutes are up.

Mrs. Stewart: That was fascinating. Thank you very much.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): It's a pleasure to be here to meet you, Mr. Spicer.

Paradoxalement, pour déréglementer, il faut parfois reréglementer. Par exemple, lorsque nous avons autorisé l'entrée de nouvelles entreprises sur le marché de l'interurbain vocal, nous avons dû introduire certaines règles pour protéger ces nouveaux participants. Ce n'était pas une course entre le lièvre et la tortue mais entre une souris et un éléphant et les sociétés de téléphone ont beaucoup d'argent en réserve. Elles sont encore environ dix fois plus grosses que les sociétés de câblodistribution.

Nous avons dû établir des règles sur plusieurs années. C'est un nouveau cas de transition qui n'en finit pas. En ce qui concerne l'interurbain, nous essayons d'éviter que le bébé de la concurrence ne soit étouffé dans son berceau.

Voilà donc pourquoi, de façon paradoxale, nous avons dû introduire quelques règles supplémentaires ce qui, d'ici cinq ou six ans devrait se traduire par une vigoureuse concurrence entre de nombreuses entreprises solides.

Mme Stewart: Vous venez par là de répondre à ma troisième question qui était. . .

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Jane, vos cinq minutes sont écoulées.

Mme Stewart: C'était fascinant. Merci beaucoup.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je suis heureuse de vous rencontrer, monsieur Spicer.

[*Texte*]

I have two comments and then a question. First of all, and this is following up on Mrs. Tremblay's comments about regulatory protectionism, you talked about the role of the CRTC as underpinning Canadian personality and you looked at it from a protectionist point of view. I don't believe that is very realistic, given a global environment in terms of communication. I don't see it as protectionist in that way. I look at it as an enhancement and an offering of something both nationally and internationally; it's not at the expense of anything that is uniquely Canadian, but it's an opportunity for us to get our message out as to who we are.

If it's protectionist so that we can be isolationists, I can't support it, but if it's protectionist from another point of view, I can. It really depends on how you look at the question of protectionism.

The other comment I'd like to make is with respect to the advisory committee established by the industry subcommittee. When I reviewed that list, it did not appear that there was a single consumer, as you so defined them, on that subcommittee. I do believe that's a weakness and that it should be addressed.

Now, on to my question, which has to do with harmonization of standards. You talked about the cultural and economic considerations of your role as underpinning the Canadian personality within that context. On the harmonization of standards within our regulatory climate, given that there's a convergence of industrial, technological, and service–oriented elements within that sector, how do you intend to harmonize the standards that you will put in place as the CRTC?

Mr. Spicer: Are you thinking of technical standards?

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Yes, technical standards, both nationally and internationally. I asked the question the other day and it seems to me a full answer was not provided, because it's a very difficult question to answer. I wanted to hear your perspective.

Mr. Spicer: You'll be reassured, I hope, to know that there are international committees dealing with this. Canada is a member of all of those I know of.

Canada is a full partner in the MPEG Committee, which has been setting standards for digital transmission. We're a member of the World Radio Congress and the agency that allocates frequencies. We participate in all of those things, so you shouldn't worry about standards.

It's an important question, but I should say other people are worrying about it for you. Your prayers are being answered as we speak by very good engineers from all the countries of the world.

In Canada there are obviously some different technical standards between telephone and cable. Maybe this is what you're thinking of. I'm sure that needs will produce the solutions. If it turns out that the interconnection between telephone and cable requires negotiating new standards, the interested parties will do that.

I can't predict what government policies might come forward on this, but I'm convinced that the market need will drive this.

[*Traduction*]

Je ferai deux observations puis je poserai une question. D'abord, et cela fait suite à ce qu'a dit M^me^ Tremblay à propos du protectionnisme réglementaire, vous avez dit que le CRTC défendait la personnalité canadienne et vous avez envisagé cela d'un point de vue protectionniste. Cela ne me paraît pas très réaliste, dans le contexte général du monde des communications. Il ne me paraît pas s'agir de protectionnisme. Pour moi, c'est une amélioration, cela revient à offrir quelque chose aussi bien au niveau national qu'international; cela ne se fait pas aux dépens de quoi que ce soit de purement canadien, mais cela nous donne l'occasion de faire savoir qui nous sommes.

S'il s'agit d'un protectionnisme favorisant l'isolationnisme, je ne peux pas l'accepter, alors qu'un protectionnisme d'une autre nature ne me dérange pas. Cela dépend vraiment de ce que l'on entend par protectionnisme.

J'aimerais également parler du comité consultatif créé par le sous–comité de ce secteur. La liste de ses membres ne m'a pas paru contenir le nom d'un seul consommateur, tel que vous les définissez. Je crois que c'est une erreur qu'il faudrait corriger.

Je passe maintenant à ma question qui concerne l'harmonisation des normes. Vous avez parlé des aspects culturels et économiques de votre rôle en tant que défenseur de la personnalité canadienne dans ce contexte. En ce qui concerne l'hamonisation des normes dans ce contexte réglementaire, compte tenu de la convergence qui existe entre les éléments industriels, technologiques et ceux qui sont axés sur les services, comment avez–vous l'intention d'harmoniser les normes que le CRTC mettra en place?

M. Spicer: Parlez–vous des normes techniques?

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Oui, les normes techniques, aussi bien au niveau national qu'international. J'ai posé la même question l'autre jour mais je n'ai pas reçu une réponse satisfaisante, mais c'est une question très délicate. Je voulais savoir ce que vous en pensez.

M. Spicer: J'espère que vous serez rassurée d'apprendre qu'il y a des comités internationaux qui s'en occupent. Le Canada est membre de tous ceux dont je connais l'existence.

Le Canada est membre à part entière du Comité MPEG qui établit les normes de transmission numérique. Nous appartenons au Congrès mondial de la radio et à l'organisme qui affecte les fréquences. Nous participons à toutes les activités de ce genre, vous n'avez donc pas à vous inquiéter au sujet des normes.

C'est une question importante, mais je peux vous dire qu'il y en a d'autres qui s'en occupent en votre nom. Au moment même où nous parlons, d'excellents ingénieurs venant de tous les pays du monde répondent à vos prières.

Au Canada, il y a parfois bien entendu des différences entre les normes techniques du téléphone et celles du câble. C'est peut–être ce à quoi vous pensiez. Je suis sûr que, lorsque le besoin s'en fera sentir, on pourra trouver des solutions. Si on constate que l'interconnection entre le téléphone et le câble nécessite la négociation de nouvelles normes, les intéressés s'en occuperont.

Je ne peux pas prédire quelles mesures gouvernementales seront présentées à ce sujet, mais je suis sûr qu'elles seront inspirées par les besoins du marché.

[*Text*]

I would now like to come back, if you'll allow me, to your worries about protectionism.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): My issue was with jurisdiction, interprovincially, when you're looking at technological jurisdiction within industry and some of the service sector. My question was really targeted on jurisdictional matters.

• 1615

Mr. Spicer: I see.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): When you're looking at harmonization of your regulations and you have differing jurisdictions, even interprovincially, it seems to me that can be a huge problem.

Mr. Spicer: Again I think... Well, there is Stentor for the telephone companies themselves to work out their own technical standards. I don't think you need regulators to impose the kind of thing I think you're suggesting. It's being done again by the market and by the interested parties.

Would you allow me to skip back to your question of protectionism—

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Yes, of course.

Mr. Spicer: —because I wouldn't want a word to come between us, a word like protectionism, because it's easy. I am against protectionism too. I hate the idea. I'm a very resolute free trader. However, I should explain. There is a reason why the cultural industries were taken off the table in all those NAFTA negotiations and the U.S.–Canada free trade ones, because historically national quotas—call it protectionism if you want—were the only things that allowed us to have a radio and television system. If we had not had Canadian content quotas, if we had not had the Broadcasting Act and legislative intervention, we would have had wall–to–wall American radio and television and nothing... Canada could not have ended up on its own screens. I can guarantee you that.

There is a reason for it, and that's why I say again we stand very solidly behind the Canadian content quotas. They are the normal underpinnings that a very small nation next to a giant has to implement in order to exist, in order to breathe. However, you'll be glad to know, I think, that we're looking as far ahead as we can to the day when the previously infant industries that have grown up under our 30% music rules and our 50% and 60% television rules for television production companies, when these rules will enable Canadian companies to compete internationally, as they already are.

Many, many Canadian companies are now reaching international take–off speed. Last year there were three or four Canadian film companies that launched offerings on the Toronto Stock Exchange. Many of them have offices in Europe. They're competing very well at Cannes. A Canadian film from Toronto won an important prize at Cannes a couple of weeks ago. Our film–makers are doing extremely well, partly because these rules, which I'd hate to shoot down because they sound protectionist, created a market. They guaranteed air time to Canadian talent.

[*Translation*]

Si vous le voulez bien, j'aimerais revenir à vos inquiétudes au sujet du protectionnisme.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je pensais au problème de la compétence des provinces, en ce qui concerne la juridiction technologique dans ce secteur et dans celui des services. Je songeais en réalité aux compétences des divers paliers de gouvernement.

M. Spicer: Je vois.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Lorsque l'on a des gouvernements différents, même au niveau provincial, l'harmonisation de la réglementation peut, me semble–t–il, poser d'énormes problèmes.

M. Spicer: Là encore, je pense... Eh bien, les sociétés de téléphone peuvent régler elles–mêmes leur problème de normes techniques avec Stentor. Je ne pense par qu'il faille s'adresser aux régulateurs pour imposer le genre de choses que vous semblez envisager. Le marché et les parties concernés s'en chargent.

Si vous me permettez de revenir à votre question du protectionnisme...

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Bien entendu.

M. Spicer: ...parce que je ne voudrais qu'un mot comme protectionnisme risque de créer un malentendu entre nous, parce qu'il y a un risque. Je suis moi aussi adversaire du protectionnisme. Je déteste cette idée. Je suis résolument libre–échangiste. Il y a toutefois une raison pour laquelle les industries culturelles ont été exclues des négociations relatives à l'ALÉNA et au traité de libre–échange avec les États–Unis; traditionnellement, les quotas nationaux—c'est peut–être une sorte de protectionnisme—ont été le seul moyen pour nous de nous doter de réseaux de radio et de télévision. Sans les quotas de contenu canadien, sans la loi sur la radio–diffusion et d'autres mesures législatives, nous serions complètement inondés par la radio et la télévision américaines... Le Canada n'apparaîtrait pas sur ses propres écrans, je peux vous le garantir.

Cela est donc justifié et c'est pourquoi nous sommes tout à fait en faveur des quotas de contenu canadien. Ils représentent les moyens de défense dont dispose un tout petit pays voisin d'un géant pour pouvoir exister, pour pouvoir respirer. Vous serez néanmoins heureuse de savoir que nous attendons avec impatience le jour où des entreprises jadis très fragiles qui ont pu croître grâce à la règle des 30 p. 100 pour la musique ou à la règle de 50 et 60 p. 100 pour les émissions de télévision, pourront affronter la concurrence étrangère, comme elles le font déjà.

Un grand nombre d'entreprises canadiennes atteignent maintenant la vitesse nécessaire pour leur décollage international. L'année dernière, trois ou quatre entreprises de production cinématographiques canadiennes sont entrées à la Bourse de Toronto. Beaucoup ont des bureaux en Europe. Elles obtiennent d'excellents résultats à Cannes, comme un film canadien de Toronto qui y a gagné un prix important il y a un quinzaine de jours. Nos cinéastes se débrouillent très bien, en partie grâce à ces règles, qui ont créé un marché, même si on peut leur reprocher d'avoir l'air protectionnistes. Elles ont garanti un certain temps d'antenne au talent canadien.

[*Texte*]

It's a concession to realism. I don't like the general idea. If you were to ask me in a vacuum do I like protectionism, I'd say no, I hate it. But Canada has to breathe, it has to exist, and we wouldn't be on our own screens if we didn't have those rules.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Thank you.

Mme Tremblay: Dans un autre ordre d'idées, à la suite du jugement de la Cour suprême qui transfère du Québec au CRTC la juridiction des compagnies de téléphone, avez–vous commencé à faire les travaux nécessaires et pouvez–vous nous garantir que les transferts d'une administration à l'autre vont se faire dans la douceur et dans la rapidité, de façon à ce que les compagnies puissent. . .?

M. Spicer: Tout à fait, madame. C'est chose faite. Dans les heures qui ont suivi le jugement, presque toutes les petites compagnies de téléphone qui représentent, je vous le rappelle, seulement 12 p. 100 des abonnés du Québec, parce que 88 p. 100 des abonnés du Québec sont servis depuis toujours par le CRTC. . .

Mme Tremblay: Mais il y a quand même une grosse compagnie, Québec Téléphone, dont le siège social est à Rimouski.

M. Spicer: Ah, oui! Je connais bien connais bien Raymond Sirois. C'est un ami de longue date. Ces compagnies, y compris celle–là, nous ont téléphoné dans les heures suivant la décision de la Cour suprême pour dire qu'elles voulaient s'intégrer au système fédéral. Nous les avons rencontrées quelques jours plus tard. Je les ai rencontrées moi–même avec le vice–président des télécommunications et tout notre personnel. On a passé un après–midi ensemble sur les choses techniques, et l'accueil s'est fait. Ces gens sont allés dire à leurs actionnaires et à leurs collègues qu'ils étaient très contents de la transition.

Donc, ne craignez rien. On a abordé toutes les questions dans un esprit de grande cordialité. Donc, la transition est réalisée.

Mme Tremblay: Une révision des droits d'auteur s'annonce pour l'automne. Est–ce un secteur dans lequel vous avez l'intention de vous impliquer, entre autres pour protéger les petites radios locales? Il y en a à peu près 485 qui couvrent le territoire du Québec et sans doute un nombre considérable à travers le Canada. Étant donné que cela aura un impact sur leur situation financière et que cela pourra même compromettre l'avenir économique de certaines d'entre elles, avez–vous déjà envisagé des choses de ce côté–là et entrepris des pourparlers avec le ministère du Patrimoine canadien?

• 1620

M. Spicer: Nous sommes comme vous très préoccupés par la santé des petits postes de radio. Nous posons plusieurs gestes. On a demandé différentes façons d'alléger leur fardeau, surtout en période de récession.

Vous avez mis le doigt sur un de ces éternels cas d'équilibre que nous avons toujours évalués. Les droits d'auteur impliquent les intérêts des artistes. Il faut aussi jongler avec les intérêts des artistes et les intérêts des entrepreneurs de la radio. Les artistes veulent des droits d'auteur. Les postes de radio ne veulent pas tellement les payer, ou ils ne sont pas très enthousiastes. Il faut être équitable pour les uns et les autres. C'est là notre rôle. Nous n'avons pas de rôle direct dans la définition des droits

[*Traduction*]

C'est une concession au réalisme. Je n'aime toutefois pas cette idée de façon générale. Si vous me demandiez hors contexte si j'aime le protectionnisme, je vous dirais que non, je le déteste. Le Canada doit néanmoins pouvoir respirer, pouvoir vivre, et on ne nous verrait pas sur nos propres écrans si nous n'avions pas ces règles.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Merci.

Mrs. Tremblay: Let's go onto another subject matter. Following the Supreme Court decision that transfered the jurisdiction over the telephone companies from Quebec to the CRTC, have you started doing the necessary work and can you give us the guarantee that the transfer from one administration to the other will take place softly and swiftly so that the companies may be able. . .?

Mr. Spicer: Certainly, Madam. It's already done. In the first few hours immediately following the Court decision, almost all small telephone companies and I shall remind you that they only account for 12% of Quebec subscribers, since 88% of Quebec subscribers have always been served by the CRTC. . .

Mrs. Tremblay: There is however one large company, Québec Téléphone, with its head office in Rimouski.

Mr. Spicer: Certainly. I happen to know Raymond Sirois very well. He's an old friend of mine. All those companies, including this one, called within a few hours of the Supreme Court decision to let us know that they wanted to incorporate themselves into the federal system. We met with them a few days later. I met with them personally together with our vice–president of telecommunications and all our staff. We spent one afternoon together discussing technical matters and they were incorporated. They told their shareholders and their colleagues that they were very satisfied with the transition.

So, have us fear. Everything was looked at on very friendly terms. The transition has now taken place.

Mrs. Tremblay: A revision of the Copyrights provisions has been announced for the Fall. Do you intend to get involved in this, among other things, to protect the small local radio stations? There are approximately 485 of them covering the whole province of Quebec and there must a huge number of them all across Canada. Since this will have an impact on their financial situation and could even jeopardize the economic future of some of them, have you planned any kinds of measures in this regard and have you started discussing the matter with the Canadian Heritage Department?

Mr. Spicer: We are concerned as much as you are by the health of small radio broadcasters. We are taking several steps. We ask for several ways of reducing their burden, especially in this recessionary period.

You have put your finger on one of those prennial balancing acts we are constantly faced with. The copyright issue involves the interests of the artists. You have to juggle with those and with the interests of the broadcast entrepreneurs. The artists demand their copyrights. The broadcasters are not too keen on paying them, their heart is not in it. We have to be fair to both of them. That's our role. We do not directly intervene in the definition of copyrights but we firmly stand behind the

[*Text*]

d'auteur, mais nous sommes résolument derrière les artistes dans leur droit de gagner leur vie. Les artistes, c'est le contenu. Les radios, c'est le *hardware*, le matériel.

Je n'ai rien de spécifique à vous dire, sauf que nous sommes toujours conscients de l'équilibre. Il est évident que nous sommes en rapport avec le ministère du Patrimoine canadien. Nous leur parlons assez souvent. Ils respectent totalement notre indépendance et ils ne cherchent jamais à intervenir dans nos décisions, mais vraiment trois fois jamais. Cependant, sur les grandes stratégies et les grandes visions, il serait tout à fait opportun et normal qu'on le fasse.

Mme Tremblay: Vous avez dit tout à l'heure que vous étiez indépendant du gouvernement. Je ne sais pas si je peux me permettre de vous poser la question. On m'a toujours dit qu'on pouvait poser toutes les questions et que c'était à la personne à qui on les adressait de donner les réponses ou pas. Ne pensez–vous pas qu'à un moment aussi crucial que celui que nous vivons, la disparition du ministère des Communications peut représenter une certaine difficulté au cours de l'étape importante qui nous mènera vers le XXI^{e} siècle, avec toutes les nouvelles technologies? N'aurait–il pas mieux valu que cela reste concentré dans un ministère des Communications?

M. Spicer: Je dois dire que cette question n'est pas de notre ressort. Nous pouvons fonctionner avec la décision. Je pense que c'est M^{me} Campbell qui a pris cette décision.

Il y a des avantages et des inconvénients aux deux systèmes. Si les deux sont ensemble, on a théoriquement une convergence, mais, si je peux laver un peu de notre linge sale en famille, nous avons de la difficulté, au sein même du CRTC, à cumuler les deux équipes des télécommunications et de l'audiovisuel. Pourtant, on est ensemble depuis 1976. C'est parce que les questions que l'on traite sont différentes. Notre section des télécommunications comporte beaucoup d'économistes et d'ingénieurs. Du côté de l'audiovisuel, il y a beaucoup de gens du monde de la culture, par exemple, et aussi quelques économistes.

Il y a un dossier à défendre si on veut dire que les télécommunications devraient avoir un ministère à part. Je pense qu'on peut avoir un désaccord honnête sur la question.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Merci.

Ms Brown (Oakville—Milton): Welcome, Mr. Spicer.

Mr. Spicer: Thank you.

Ms Brown (Oakville—Milton): I was really happy to hear you talk about content as the central issue, and protection of Canadian identity as your mission. I'm wondering if you could be more effective in achieving those goals if you had more power to regulate.

Mr. Spicer: I don't think we want any more power. We have enough as it is. I don't think we need any more. It's nice of you to think of us, though.

Ms Brown (Oakville—Milton): I just wondered what your opinion was on this.

Mr. Spicer: No, I really think we have all the tools we need within the universe. As I said at the beginning, we're going to have to be very fast on our skates, and move very quickly to deal with new realities that come suddenly in the door that we

[*Translation*]

artists and their right to earn a living. The artists are the content and the broadcasters are the hardware.

I don't have anything specific to tell you except that we are always aware of the necessary balance. We obviously keep in touch with the Canadian Heritage Department. We talk with them very frequently. They totally respect our independence and they never try to influence our decisions, absolutely never. However, regarding the major strategies and the major visions, it would be very relevant and normal for us to consult with them.

Mrs. Tremblay: You said earlier that you were independent from the government. I don't know whether I should ask you the following question. I've always been told that we could ask any question and that it was up to the person we were talking to decide whether or not to answer them. Don't you think that in such crucial times we live, doing away with the Communications Department might lead to some difficulties with regard to the important preparations we have to do for the 21st century and dealing with all the new technologies? Wouldn't it have been better for all of this to remain within the purview of Communications Department?

Mr. Spicer: I must say that this question is outside our jurisdiction. We can live with the decision. I think that it was taken by Mrs. Campbell.

Both systems do have their pros and cons. When both are joined, this should theoretically lead to a convergence but, if I may let you on some thing, we have a hard time dealing with the combination of a telecommunications team and an audiovisual team within the CRTC, although we have been together since 1976. The issues they have to deal with are very different. Our telecommunication section comprises many economists and engineers. On the audiovisual side, there are many people from cultural community and also some economists.

It could very well be argued that telecommunications should have their own department. I think we can have an honest disagreement over this.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Thank you.

Mme Brown (Oakville—Milton): Bienvenue, monsieur Spicer.

M. Spicer: Merci.

Mme Brown (Oakville—Milton): J'étais vraiment heureuse de vous entendre dire que le contenu était l'élément clé et que votre mission était de protéger l'identité canadienne. Je me demande si nous pourrions mieux parvenir à atteindre ces objectifs si on augmentait votre pouvoir de réglementation.

M. Spicer: Je ne crois pas que nous ayons besoin de plus de pouvoir. Nous en avons assez comme cela. Je vous remercie toutefois de l'envisager.

Mme Brown (Oakville—Milton): Je me demandais simplement ce que vous en pensiez.

M. Spicer: Non, je pense que nous avons tous les outils dont nous avons besoin. Comme je l'ai dit au début, nous allons devoir agir très vite pour faire face aux nouvelles réalités qui frappent à notre porte et qu'on ne pouvait même pas imaginer

[*Texte*]

couldn't even imagine the previous week. We cannot really even plan our timetable more than six months in advance, because somebody goes and buys a big company, for example, and we have to look at that and everything has to be reshuffled.

Ms Brown (Oakville—Milton): I was also happy to hear you welcome us as your partners in meeting your challenges. It's difficult for me to predict how we can be your partners as you move into this new world, so to be a partner with you I can only really go back to your role as the cable regulator. I'm concerned about that from the point of view of fee increases that customers hear about in the mail and have to pay; the change in the basic programming that cable stations are allowed to do; the removal of some of the most watched channels from the basic menu into those areas that account for extra charges.

[*Traduction*]

une semaine auparavant. Nous ne pouvons vraiment pas planifier nos activités plus de six mois à l'avance parce qu'il suffit que quelqu'un achète une grande entreprise, par exemple, pour que nous devions tout reprendre à zéro.

Mme Brown (Oakville—Milton): J'étais également heureuse que vous disiez que vous voyez en nous des partenaires pour vous aider à relever les défis qui se présentent. J'ai du mal à voir comment nous pourrons l'être face à cette situation nouvelle, et je ne peux donc imaginer que nous soyons vos partenaires que dans le cadre de la réglementation de la câblodistribution. Ce qui me préoccupe à cet égard c'est la question des augmentations tarifaires que les consommateurs apprennent en recevant une lettre et qu'ils doivent payer; les changements que les stations de télédiffusion par câble peuvent apporter à la programmation de base; la possibilité de retirer du menu de base certains des canaux les plus populaires pour pouvoir les faire payer séparément.

• 1625

Let me turn to your earlier commitment to talk about the consumer. When I think about this, about the world to come and the vision or dreams of some of our entrepreneurs, I note that many of our cable owners have made a great deal of money in the last dozen years. What is to prevent them from fulfilling their dreams, having great capital expenditures or mergers and transferring those costs to the consumer?

Mr. Spicer: What could theoretically prevent them would be the CRTC.

Ms Brown (Oakville—Milton): That's what I'm wondering.

Mr. Spicer: That's why we're there, and we're there to establish always that balance among the need for international infrastructure, the need to protect the rights of consumers and citizens, and the need to give artists and cultural creators the exhibition time and exposure they need. There is always that balance among those three elements. I could mention the other—the social–cultural group—but those are the three main ones.

Ms Brown (Oakville—Milton): That's why I asked you if you need more power to regulate. It seems to me we're at that stage you related very well to the beginning of the railway age. We're in an era where it's tempting for entrepreneurs to have grandiose schemes, to become overextended financially and particularly when you have some kind of a system where they can fund 50% of capital expenditures through fee increases.

It seems to me that's a licence to print money or at least a licence to take risks that they might not otherwise take. We have lots of small–business owners who come to see us because the banks won't lend them money. With the captive audience, in the monopoly situation that cable companies are in, it seems to me they are in the best position in the world to increase their reach and their grasp at the expense of the consumers they are supposedly to serve. We are already seeing this happening.

Je passerai maintenant à l'engagement dont il a été question tout à l'heure à propos des consommateurs. Quand je pense à tout cela, au monde qui nous attend et à la vision ou aux rêves de certains de nos entrepreneurs, je remarque que beaucoup de câblodistributeurs font beaucoup d'argent depuis une dizaine d'années. Qu'est–ce qui peut les empêcher de réaliser leurs rêves, de faire de gros investissements ou de fusionner, et d'en transférer les coûts aux consommateurs?

M. Spicer: Ce qui pourrait théoriquement les empêcher, c'est le CRTC.

Mme Brown (Oakville—Milton): C'est ce que je me demande.

M. Spicer: C'est notre raison d'être; nous sommes là pour concilier plusieurs choses: le besoin d'une infrastructure internationale, la nécessité de protéger les droits des consommateurs et des citoyens et celle de permettre aux artistes et aux créateurs culturels de disposer d'un temps d'antenne pour se faire connaître. Il faut toujours trouver un équilibre entre ces trois éléments. Je pourrais en mentionner un autre, le groupe socio–culturel, mais ces trois–là sont les principaux.

Mme Brown (Oakville—Milton): C'est pourquoi je vous ai demandé si vous aviez besoin de plus de pouvoir de réglementation. Il me semble que nous en sommes à cette étape que vous avez comparée très justement au début des chemins de fer. Nous en sommes à un point où il est tentant pour les entrepreneurs d'avoir des projets grandioses, d'aller au–delà de leurs moyens financiers, surtout lorsque le système leur permet de financer 50 p. 100 de leurs investissements en augmentant les tarifs.

Il me semble que cela leur donne une source inépuisable de revenu ou leur permet au moins de prendre des risques qu'ils ne prendraient sans doute pas autrement. Bon nombre de propriétaires de petites entreprises viennent nous voir parce que les banques refusent de leur prêter de l'argent. Avec leur public captif et le monopole dont jouissent les câblodistributeurs, il me semble qu'ils sont dans une situation unique pour aller toujours plus loin aux dépends des consommateurs qu'ils sont censés servir. C'est ce qui arrive déjà.

[*Text*]

I also want to get back to Canadian culture for a second. Some of the cable companies near me have just removed *Newsworld* and *Vision* from their basic service and have put them into the optional service, which people have to pay for. Now those lucky people receive ABC from Syracuse and CBS from Rochester, when they already see those networks through the Buffalo stations.

Mr. Spicer: We have told cable companies—and I'll say it again and I hope they're reading the transcript—that we do not like them taking *Newsworld* off basic. We think they should give priority to Canadian services, particularly services that hold the country together in some way. I think it's irresponsible of them to do that, and if they don't do something about it voluntarily, we may have to look at another way. We will.

Ms Brown (Oakville—Milton): Well, I'm hearing you say you're protecting Canadian culture, Canadian identity and you're sending letters saying these people should do something. Personally, I would be happier if you had the power to say they "must" do certain things.

Mr. Spicer: We can. We can impose a "must carry" rule; we try. In fact we are looking at this, at the exact cost of imposing it on all cable systems.

But here we go again about the balance question. If we impose anything, consumers can ask why we are shoving this down their throat, making them pay for things. So we have to deal with the consumers on that basis. There's the national unity, national solidarity argument versus the cost. Even though it's pennies, some people resent somebody ordering them to pay fifteen cents a month. Maybe you and I would, if it was something we really hated.

Ms Brown (Oakville—Milton): Well, we're already getting those complaints. They don't want more American, they want more Canadian programs.

Mr. Spicer: Well, I promise you I will look into that.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Thank you.

Mr. Spicer: Could I just add something to that? I can piggyback on that and stretch out your time by answering your question a bit more on how MPs and the CRTC could cooperate and do some good things together.

One thing is obviously for you to write or phone us; we'll respond quickly to that. That's the routine and obvious. Another thing is that we can come to meetings like this any time you want.

Ms Brown (Oakville—Milton): Good.

Mr. Spicer: I'll be glad to meet with any of you individually as I have with a couple of people.

The third thing... You might just let this one marinate. It's something I did before in a couple of other incarnations. It was to offer to go with any MPs to their riding and hold what we called a CRTC listen–in, a public meeting that we would

[*Translation*]

Je voudrais revenir également à la culture canadienne pendant une seconde. Certains câblodistributeurs de ma région viennent de retirer *Newsworld* et *Vision* du service de base pour les placer dans le service facultatif, qu'il faut payer en plus. En outre, ces gens–là ont la chance de recevoir ABC de Syracuse et CBS de Rochester, alors qu'ils y ont déjà accès par les stations de Buffalo.

M. Spicer: Nous avons déjà dit aux câblodistributeurs—je le répéterai, et j'espère qu'ils vont lire cette transcription—que nous n'aimons pas les voir retirer *Newsworld* du service de base. Nous pensons qu'ils devraient accorder la priorité aux services canadiens, surtout à ceux qui, d'une façon ou d'une autre, contribuent à l'unité du pays. Je trouve irresponsable de leur part d'agir ainsi, et s'ils ne prennent pas volontairement des mesures, nous le ferons à leur place s'il le faut. Je vous le garantis.

Mme Brown (Oakville—Milton): Bien, vous nous dites que vous protégez la culture et l'identité canadiennes et vous envoyez des lettres pour dire à ces gens–là de bien vouloir faire certaines choses. Personnellement, j'aimerais mieux que vous ayez le pouvoir de leur dire ce qu'ils «doivent» faire.

M. Spicer: Nous le pouvons. Nous pouvons leur dire qu'ils «doivent» diffuser tel ou tel canal; nous essayons de le faire. En fait, nous sommes en train d'évaluer ce qu'il en coûterait d'imposer cela à tous les réseaux de câble.

Mais là encore se pose cette question de l'équilibre. Si nous imposons quoi que ce soit, les consommateurs peuvent se plaindre qu'on ne leur laisse pas le choix et qu'on les force à payer des choses dont ils ne veulent pas. Il faut donc en tenir compte. Il y a d'un côté l'unité nationale et la solidarité nationale, et de l'autre le coût. Même s'il s'agit seulement de quelques sous, il y a des gens qui ne sont pas contents si on leur ordonne de payer 15c. par mois. Nous nous plaindrions peut–être aussi, vous et moi, s'il s'agissait de quelque chose que nous détestons vraiment.

Mme Brown (Oakville—Milton): Eh bien, nous recevons déjà des plaintes à ce sujet. Les gens ne veulent pas plus d'émissions américaines, ils veulent plus d'émissions canadiennes.

M. Spicer: Je vous promets d'examiner la question.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Merci.

M. Spicer: Puis–je ajouter quelque chose et prolonger ainsi le temps dont vous disposez en répondant plus longuement à votre question sur la façon dont les députés et le CRTC peuvent collaborer et faire de bonnes choses ensemble.

D'abord, vous pouvez bien sûr nous écrire ou nous téléphoner; nous vous répondrons rapidement. Ça c'est banal et évident. Nous pouvons également venir participer à des réunions comme celles–ci chaque fois que vous le désirez.

Mme Brown (Oakville—Milton): Très bien.

M. Spicer: Je serai également heureux de rencontrer individuellement chacun d'entre vous comme je l'ai fait déjà avec quelques–uns.

Troisièmement... Vous aimerez peut–être réfléchir un peu à cette idée. C'est quelque chose que j'ai déjà fait à d'autres titres. Il s'agit de proposer à tous les députés qui le veulent de les accompagner dans leur circonscription pour y tenir une

[*Texte*]

host. We'd pay the small expenses such as renting a hotel ballroom and we'd come up with the coffee and doughnuts. We'd then invite the sitting MP to introduce me and maybe our regional commissioner. The MP could get up and say whatever he or she would like, say "This is the CRTC. Part of my job is to supervise these guys. I thought you might like to meet them and they're here to answer your questions on any subject."

Ms Brown (Oakville—Milton): Good.

Mr. Spicer: We'll do that again. It's a standing invitation I'm putting to you. I think maybe the man who controls my budget behind me is having problems, but we want to do it. I think it's a very healthy and democratic thing to do. If some of you are interested, I will personally go with you.

• 1630

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Thank you very much.

Mr. Spicer: It may be in a few months, but we'll do it.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): That's excellent. I think a lot of the members are probably going to take you up on that offer, Mr. Spicer.

Jan Brown.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Thank you, Madam Chairman.

I'm going to pick up a little bit on what you've been talking about here because it seems to me that there is also some overlap with quality standards.

I was just in California. I'm no prude, but I was really quite appalled with what I saw on some of the television programming. It was not really late–night programming. It was programming that was not just questionable, but really inappropriate. There was the language level. Even the content of the shows didn't seem to me to have a quality standard there.

You've just been talking about regulating. You don't want any more power to regulate. However, you know we are dealing with very new realities, and one of them is the 500–channel universe.

Ms Brown just raised the issue of what is already occurring in her particular area with Newsworld, for example being taken off basic.

I want to hear the right answer here, but I just think it's going to be so difficult for us to compete against that new reality of such a huge universe. Consider how quality standards will be maintained according to what Canadians have come to know about the level of television content. It appeals to us intellectually, emotionally, and to who we are as Canadians. It's all of that good nation–building. Those elements are all there, but I guess that's a real concern for me. That has not yet been addressed.

[*Traduction*]

réunion publique d'information qui serait organisée par le CRTC. Nous couvririons les petites dépenses comme la location d'une salle de réunion dans un hôtel et nous paierions le café et les beignets. Nous demanderions ensuite au député de l'endroit de me présenter, ainsi que peut–être notre commissaire régional. Le député pourrait dire ce qu'il ou elle veut, par exemple: «Voici le CRTC. Je suis notamment chargé de surveiller ces gens–là. J'ai pensé que vous aimeriez peut–être les rencontrer et ils sont prêts à répondre à n'importe quelle question de votre part».

Mme Brown (Oakville—Milton): Très bien.

M. Spicer: Nous sommes prêts à le refaire. C'est une invitation permanente que je vous fais. Je pense que la personne responsable du budget qui est assise derrière moi a des réserves, mais je veux le faire. Cela me paraît quelque chose de très sain et de très démocratique. Si cela intéresse certains d'entre vous, je vous accompagnerai personnellement.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Merci beaucoup.

M. Spicer: Ce sera peut–être dans quelques mois, mais nous le ferons.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): C'est excellent. Je pense que beaucoup de députés vont sans doute accepter cette offre, monsieur Spicer.

Jan Brown.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Merci, madame la présidente.

Je vais revenir brièvement sur ce dont vous venez de parler parce qu'il me semble qu'il y a un certain chevauchement avec les normes de qualité.

Je reviens de Californie. Je ne suis pas prude, mais j'ai réellement été effrayée par certaines choses que j'ai vues à la télévision. Il ne s'agissait pas vraiment d'émissions présentées en pleine nuit. Ces émissions étaient non seulement contestables, mais tout à fait déplacées. Il y avait le niveau de langue utilisé, et même le contenu ne me semblait pas répondre à des normes de qualité.

Vous venez de parler de la réglementation. Vous ne voulez pas de pouvoirs supplémentaires à cet égard. Néanmoins, vous le savez, nous avons affaire à des réalités nouvelles, notamment l'univers des 500 canaux.

Madame Brown a parlé du problème qui se pose déjà par exemple dans sa région à propos de *Newsworld* que l'on retire du service de base.

J'aimerais bien entendre une bonne réponse à ce sujet, mais il me semble que nous aurons bien du mal à faire face à cette nouvelle réalité si gigantesque. Comment pourra–t–on faire respecter des normes de qualité correspondant à ce à quoi la population canadienne est maintenant habituée en matière de niveau du contenu des émissions présentées à la télévision. Cela nous convient du point de vue intellectuel, émotionnel et de notre identité canadienne. Tout cela fait partie des efforts en vue de construire un pays, et c'est positif. Ces éléments sont tous là, mais c'est quelque chose qui me préoccupe vivement. On ne s'y est pas encore préparé.

[*Text*]

Mr. Spicer: Let me try to tell you something a little bit encouraging about the television violence dossier. It comes close to the one you're referring to if you're concerned about sex and inappropriate language. I think those are distinct issues, but they're issues that might be approached in the same way, or in some similar way. What we have done with the TV violence issue, if you've been following it a little bit, has been to take a consensual, cooperative, and consultative approach with all elements for the last two years.

We first looked at all the reasons why attempts to deal with TV violence failed in the last 30 years, then we just did the opposite. Instead of defining it as a legal and ideological issue of free speech, we said this was a medical issue concerning the mental health of children. The first thing was to accept the medical evidence, and that totally changed the mood of the thing.

Second, we approached the industry, parents, and teachers to say we think we can make some progress on this. We said we did some studies on this and the medical evidence is overwhelming, but if we're going to make some yards we think it would be wise to concentrate on protecting children–let's say under 12 to be really precise—against gratuitous, glamorized violence.

Forget about sex, family values, maybe feminists' agendas, and all these other important items that some people wanted to graft on to the violence issue, because sex is not the same as violence. It simply isn't. It's a different subject, as is language. It's the same with religious values. I think you can believe in two or three of them or one of them, but you don't have to buy the whole package.

That was the second thing we did. We had people from very religious communities who really wanted to mix some of these things, as well as people from the feminist community. They all agreed to leave their specialized agendas at the door. We concentrated on the mental health of children.

The third thing we did was to get everybody at the table at the same time: broadcasters; cable people; artists; creators; producers; advertisers; parents; teachers; and medical people. We talked it through together.

This consensual approach by Canada has now become a world model. There's a conference at the Sorbonne next month for two days called "Television Violence: The Canadian Example".

I visited the U.S. and had a meeting with Janet Reno, the Attorney General, Senator Simon, Representative Markey, and some people from the White House who had heard about our approach. They were saying they'd love to do something like that there. They know they have problems with the first amendment free–speech issues, but they're impressed by it.

[*Translation*]

M. Spicer: Laissez–moi vous dire quelque chose qui est un peu encourageant à propos de la violence à la télévision. Cela se rapproche de ce que vous disiez si vous êtes préoccupée par la pornographie et la vulgarité. Je pense que ce sont des problèmes différents, mais on peut néanmoins les aborder de la même façon, de façon voisine. Si vous avez suivi ce dossier, vous savez peut–être, que pour faire face à la violence à la télévision, depuis deux ans nous avons choisi la voie du consensus, de la coopération et de la consultation avec tous les intéressés.

Nous avons d'abord établi pour quelles raisons tous les efforts déployés depuis 30 ans pour régler le problème de la violence à la télévision avaient échoué, et nous avons fait le contraire. Au lieu de présenter cela comme un problème juridique et idéologique touchant la liberté d'expression, nous avons dit qu'il s'agissait d'un problème médical affectant la santé mentale des enfants. La première chose a été d'accepter les avis médicaux, ce qui a totalement changé l'esprit dans lequel on envisageait cette question.

En deuxième lieu, nous nous sommes adressés aux gens de télévision, aux parents et aux enseignants pour leur dire que nous pensions pouvoir arriver à quelque chose. Nous avons dit que nous avions fait quelques études à ce sujet et que le dossier médical était très convaincant mais que, si nous voulions vraiment marquer des points, il serait bon de se concentrer sur la protection des enfants, disons, pour être vraiment précis, ceux de moins de 12 ans—contre la violence gratuite et la glorification de la violence.

Oublions la pornographie, les valeurs familiales et même les préoccupations féministes ou toutes ces autres questions importantes que certains voulaient rattacher à la question de la violence, parce que la pornographie n'est pas la même chose que la violence. C'est un fait. C'est un domaine différent, comme la langue. On peut dire la même chose des valeurs religieuses. Je pense qu'on peut croire en deux ou trois de ces choses–là, mais on n'est pas obligé de tout prendre en bloc.

Voilà donc ce que nous avons fait en deuxième lieu. Il y avait des gens représentant des groupes extrêmement religieux qui voulaient combiner certains de ces facteurs, tout comme des représentantes des milieux féministes. Tout le monde a accepté de faire abstraction des préoccupations propres à son groupe. Nous avons tout axé sur la santé mentale des enfants.

En troisième lieu, nous avons réuni tout le monde ensemble: les diffuseurs, les câblodistributeurs, les artistes, les créateurs, les producteurs, les publicitaires, les parents, le personnel enseignant et les membres de la profession médicale. Nous en avons discuté ensemble.

La méthode de consensus adoptée par le Canada a maintenant fait école dans le monde. Le mois prochain, il y aura une conférence de deux jours à la Sorbonne qui s'intitule «La violence à la télévision: l'exemple du Canada».

Je suis allé aux États–Unis où j'ai rencontré la ministre de la Justice, Janet Reno, (l'Attorney General), le sénateur Simon, le représentant Markey ainsi que des gens de la Maison Blanche qui avaient entendu parler de notre méthode. Ils disaient qu'ils aimeraient bien pouvoir faire la même chose. Ils savaient que cela leur poserait des problèmes à cause des garanties offertes par le premier amendement en matière de liberté de parole, mais ils étaient impressionnés.

[*Texte*]

This Canadian approach of sitting around and talking about it is a method that works in our culture. I think we might do it if there are other issues you're concerned about. I don't think the CRTC is volunteering to get involved in sex yet. We haven't had a lot of complaints.

• 1635

You're telling us about U.S. programming in the United States. I would not like to speculate on what we would want to do, but our mind–set, to use that word again, is to try to avoid regulation and coercion. You may cause a bigger problem than you saw, because you would be attacking the very foundation of a free society. If you allow guys like me to take something off the air that you don't like, I might tomorrow take something off that you really love. That's why you mustn't trust guys like me with censorship powers, and that's why we don't want it. We do not want to be censors.

Had all attempts at voluntary action on the part of the industry failed, we would have been forced to regulate, but with death in our hearts. We would not have wanted to, because we would have seen it as going back to a futile confrontational approach, which probably would have harmed free expression among legitimate artists. We didn't want to do that.

If any of these issues concerning censorship come to your attention, if you want to talk them over with us, give me a call. I'll first send you over some materials on how we've dealt with the TV violence issue, and then we can meet and talk about whatever else you want to talk about.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I have just one comment to that. I really wasn't implying a censorship issue. I was really looking at competition in the marketplace—

Mr. Spicer: Oh, I see.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): —within a 500–channel universe and how, from a regulatory point of view, with all of this underpinning Canadian personality, people will choose. I was just interested in your comments regarding that element of choice, but certainly we seem to know what sells and we are looking at a competitive environment, a new kind of marketplace, and how CRTC finds itself within that environment.

Mr. Spicer: I could tell you quite honestly that we are extremely confident that the Canadian television and music industry will continue to thrive and compete internationally.

We are now reaching a stage at which the rules on Canadian content have done their work. They're still needed, but we can give the final push to our cultural industries by steering international opportunities to them through any trade policies we practice, by making sure that foreign markets are open to our musicians, many of whom pass for Americans. We can also help them by steering money to young artists. We do that.

We don't have time today to tell you the multitude of programs and mechanisms we use, such as the famous benefits test. When a company takes over another station, we make them cough up some money for the artists in the system. We

[*Traduction*]

Cette méthode canadienne qui consiste à se rencontrer pour discuter d'un problème donne des résultats dans notre culture. Nous pourrions éventuellement le faire aussi à propos d'autres questions qui vous préoccupent. Je ne crois pas que le CRTC se porte volontaire pour s'occuper des questions de pornographie pour le moment. Nous n'avons pas reçu beaucoup de plaintes.

Vous nous parlez de la programmation américaine. Je ne veux pas faire de suppositions mais nous visons, je le répète, à éviter la réglementation et la coercition. On risque d'aggraver le problème en fait si l'on attaque le fondement même d'une société libre. si vous laissez quelqu'un comme moi retirer de l'antenne une émission qui ne vous plaît pas, je risque demain d'en retirer une que vous adorez. C'est pourquoi il ne faut pas nous confier de pouvoirs de censure et c'est également pour cela que nous n'en voulons pas. Nous ne voulons pas faire de la censure.

Si tous nos efforts pour convaincre les membres de l'industrie de se conformer volontairement aux demandes avaient échoués, nous aurions été contraints d'imposer une réglementation, mais la mort dans l'âme. Nous n'aurions pas voulu le faire parce que cela autait été pour nous un retour à une approche antagoniste futile qui aurait vraisemblablement nuit à la liberté d'expression des véritables artistes. Ce n'est pas ce que nous voulions faire.

Si vous voulez discuter avec nous de ces problèmes de censure si l'on vous en parle, appelez–moi. Je vous enverrai d'abord des documents pour vous expliquer ce que nous avons fait à propos du problème de la violence à la télévision et nous pourrons ensuite nous rencontrer pour discuter des questions qui vous intéressent.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je n'ai qu'une observation à faire. Je ne voulais pas vraiment parler de censure mais je pensais plutôt à la concurrence sur le marché. . .

M. Spicer: Oh, je vois.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): . . .dans un univers de 500 canaux et je me demande, en pensant à la réglementation et à tous ces moyens de défence de la personnalité canadienne, comment les gens vont choisir. J'aurais aimé que vous nous parliez de cet élément de choix mais nous semblons certainement savoir ce qui se vend et nous allons nous trouver dans un nouveau type de marché, avec une très forte concurrence, et il faudra voir quelle est la place du CRTC dans cet environnement.

M. Spicer: Je vous avoue que nous sommes tout à fait sûrs que la télévision et l'industrie de la musique canadienne continueront à prospérer et à être compétitifs à l'échelle internationale.

Nous arrivons actuellement au stade où les règles concernant le contenu canadien ont produit les effets voulus. Elles sont toujours nécessaires mais nous pouvons donner un dernier coup de pouce à nos industries culturelles en leur donnant des débouchés internationaux grâce à notre politique commerciale et en veillant à ce que les marchés étrangers soient ouverts à nos musiciens dont beaucoup passent pour des Américains. Nous pouvons également les aider en orientant les fonds vers les jeunes artistes. C'est ce que nous faisons.

Nous n'avons pas le temps aujourd'hui de vous parler de la multitude de programmes et de mécanismes que nous utilisons comme le célèbre critère des avantages. Lorsqu'une entreprise reprend le contrôle d'une autre station, nous l'obligeons à

[*Text*]

make them put something back into the system, into Canada, for the right of owning some of these precious airwaves. Now, the day is going to come when the airwaves will not be rationed. There will be lots more, but we can look at that in five or seven years.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Thank you.

I just want to explain something to some of the members, because I've been getting a lot of feedback. The tradition in this committee has been to go to the two opposition parties and then to the members of the government. I'm following that tradition, but you will all get your turn. If we limit ourselves to five minutes, I think we can all have our turn.

Mr. de Jong (Regina—Qu'Appelle): I've a lot of questions to ask and little time to ask them. If I had more time, I would ask you to enunciate further on your thoughts of the role of the CBC.

I'm going to try to sneak in a question on the parliamentary channel, but since we are mainly dealing with the "information highway" and the role of the CRTC in this new type of universe, even though we can't see the entire outline of that universe and it's changing on a daily basis, I think it's fair to say that the shape we're beginning to see some of it taking brings into some serious question the ability of the CRTC or any regulatory body to really regulate.

First, do you see the emerging technologies rendering micro–regulations impossible or do they in fact allow a new type of regulation and a more accurate regulation so that broadcasters and particularly the artists and the creators get properly compensated?

My second question would be... In some ways it reminds me of a committee I sat on a number of years ago that dealt with the deregulation of the financial institutions. We used to have special regulations for banks, for life insurance companies, and so forth. Now with the deregulation, it's all across the board. That's surely true with telecommunications and broadcasting. The telephone companies can start broadcasting and providing services that broadcasters used to provide.

• 1640

Are we going to maintain Canadian content? Is there any consideration at all of applying the Broadcasting Act to telecommunications?

We come to the whole model of Internet. How can the CRTC encourage Canadians producers, maintain community standards and contribute to the production climate for Canadian culture in an Internet universe?

Mr. Spicer: You have lots of good questions. I'll try to deal with them as quickly as I can.

We do not see regulation as a role in itself. Regulation has to serve a purpose. If we have any bias at the CRTC, it's toward less regulation. We have a very strong bias toward that. That has been the case for the last five years.

[*Translation*]

verser de l'argent aux artistes qui se trouvent dans le système. Nous les obligeons à réinjecter quelque chose dans le système, au Canada, en échange du droit de propriété de ces précieuses ondes. Bientôt, les ondes en question ne seront plus rationnées. Il y en aura beaucoup plus mais ce sera vraisemblablement dans cinq ou sept ans.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Merci.

Je voulais expliquer quelque chose à certains des membres du comité parce que j'ai eu beaucoup de réactions à ce sujet. Traditionnellement, dans notre comité, nous donnons la parole aux deux partis de l'opposition puis aux membres du gouvernement. Je suis la tradition mais vous aurez tous votre tour. Si nous nous limitons à cinq minutes, je crois que nous pourrons tous avoir notre tour.

M. de Jong (Regina—Qu'Appelle): J'ai beaucoup de questions à poser et peu de temps pour le faire. Si j'avais plus de temps, je vous demanderais d'élaborer encore sur le rôle de la société Radio–Canada.

Je vais ajouter subrepticement une question sur le canal parlementaire mais comme nous discutons surtout de l'autoroute électronique et du rôle du CRTC dans ce nouveau type d'univers, même si bien que nous ne pouvons pas en voir totalement les contours et qu'il se transforme quotidiennement, je crois qu'étant donné la forme que nous commençons à voir se dessiner, nous pouvons vraiment nous demander dans quelle mesure le CRTC ou un organisme de réglementation quelconque, pourra vraiment imposer une réglementation.

Premièrement, pensez–vous que les nouvelles technologies vont rendre les microrèglements impossibles ou qu'elles vont permettre un nouveau type de réglementation plus précis de sorte que les diffuseurs et particulièrement les artistes et les créateurs seront convenablement dédommagés?

Ma deuxième question serait... dans un sens, cela me rappelle un comité dont je faisais partie il y a quelques années et qui examinait la déréglementation des institutions financières. Il existait des règlements spéciaux pour les banques, pour les compagnies d'assurance–vie, etc. Maintenant avec la déréglementation, c'est pareil partout. C'est certainement vrai avec les télécommunications et la radiodiffusion. Les compagnies de téléphone peuvent commencer à diffuser et à fournir des services qui étaient auparavant assurés par les radiodiffuseurs.

Allons–nous conserver le contenu canadien? Envisage–t–on d'appliquer la Loi sur la radiodiffusion aux télécommunications?

Il y a la question de tout le modèle d'Internet. Comment le CRTC peut–il encourager les producteurs canadiens, maintenir des normes communautaires et contribuer à créer un climat de production favorable à la culture canadienne dans l'univers d'Internet?

M. Spicer: Vous avez beaucoup de bonnes questions. Je vais essayer d'y répondre le plus rapidement possible.

Nous ne voyons pas la réglementation comme un rôle en soi. La réglementation doit avoir un objet. Si le CRTC a des préjugés, c'est en faveur d'une diminution de la réglementation. Nous penchons beaucoup en ce sens. C'est d'ailleurs le cas depuis cinq ans.

[*Texte*]

The very first thing I did when I came to the CRTC was to set up two task forces with instructions to lighten and streamline the regulatory role for telecommunications and broadcasting. We did the same for public hearings. We have continued to do that. Routinely, our bias is to do that.

We will no doubt regulate in different ways because the issues are really different. The privacy issue is cropping up again. This is the first time we've really had to deal with this. We're looking ahead.

Five years ago the issues of multiculturalism and women's issues were not as strong as they are today. As for micro–management, we never want to do that. It depends on how micro you want to get, but we try to let managers manage their businesses.

We also try to load the dice in favour of Canada whenever we can. I make no apology for that. If we can help artists produce good Canadian works, then we'll do it. We'll make the rules serve Canadian artists rather than foreign artists. I think that's why the Canadian government in the past—even the previous government, which was a very strong free–trading government—took culture off the table in the NAFTA debate.

We're not looking for reasons to regulate; it's just the opposite. You can expect us, over the next few years, to be regulating in different ways and in different things, that's for sure. We will evolve as the market evolves.

As for content, I think society will ask us to do different things according to the changing societal standards. The television violence issue was basically left on the shelf for 20 years. It was cleaned up once in a while, but nobody ever took a systematic approach to it, or asked why it failed the last time and what we could. I think we've made some very serious progress and so do a lot of other people.

You asked whether I could conceive of a day when regulation would be limited only to telecommunications and there would be no content regulation. It's not in the foreseeable future. I have two more years in my term, and I can safely say it won't happen in my watch.

Mr. de Jong: If communications can occur on the telephone and through Internet–type systems where everybody can be transmitters as well as receivers, how can you enforce Canadian content in that type of universe?

Mr. Spicer: That is the fundamental question with regard to content. That's what I was hinting at when I mentioned Internet. It is a technological freedom we can't take away from people and philosophically we should not take away from people.

[*Traduction*]

La toute première chose que j'ai faite à mon arrivée au CRTC a été de mettre sur pied deux groupes de travail ayant pour instructions d'alléger et de simplifier le rôle réglementaire du Conseil en ce qui concerne les télécommunications et la radiodiffusion. Nous en avons fait autant pour les audiences publiques et nous avons continué à le faire. C'est notre orientation en toutes choses.

Nous allons certainement prendre des mesures réglementaires différentes parce que les problèmes sont vraiment différents. La question de la vie privée apparaît à nouveau. C'est la première fois que nous devons nous attaquer à cela. Nous regardons vers l'avenir.

Il y a cinq ans, le multiculturalisme et la condition féminine n'étaient pas des questions aussi importantes qu'aujourd'hui. Pour ce qui est de la microgestion, ça n'a jamais été notre intention d'en faire. Tout dépend jusqu'à quel niveau on veut descendre, mais nous essayons de laisser les gestionnaires gérer leur entreprise.

Nous essayons aussi de piper les dés en faveur du Canada chaque fois que nous le pouvons et je ne m'en excuse pas. Si nous pouvons aider les artistes à produire de bonnes oeuvres canadiennes, nous allons le faire. Nous établirons des règles qui servent plutôt les artistes canadiens que les artistes étrangers. Je crois que c'est pour cette raison que le gouvernement canadien—même à l'époque du gouvernement précédent, qui était très favorable au libre–échange—a retiré la culture des sujets de négociation lors des pourparlers sur l'ALÉNA.

Nous ne cherchons pas des raisons de réglementer; c'est exactement l'inverse. Au cours des années à venir, vous pouvez vous attendre à ce que nous adoptions une réglementation différente et dans des domaines différents, c'est sûr. Nous évoluerons avec le marché.

En ce qui concerne le contenu, je crois que la société nous demandera d'agir différemment selon l'évolution des normes qu'elle adoptera. Le problème de la violence à la télévision n'a pratiquement pas été touché pendant 20 ans. Les dispositions étaient un peu rafraîchies de temps à autres mais personne n'a jamais adopté une approche systématique ou demandé pourquoi l'on avait échoué la dernière fois et ce qu'il fallait faire. Je trouve, comme beaucoup d'autres personnes d'ailleurs, que nous avons considérablement progressé.

Vous m'avez demandé si je pouvais envisager le jour où la réglementation serait limitée aux télécommunications sans toucher le contenu. Ce n'est pas le cas dans un avenir prévisible. Il me reste encore deux ans avant la fin de mon mandat et je peux vous assurer que cela ne se fera pas dans cette période.

M. de Jong: Si les communications peuvent se faire par téléphone et par des systèmes de type Internet où tout le monde peut émettre et recevoir, comment pouvez–vous imposer un contenu canadien dans ce genre d'univers?

M. Spicer: C'est la question fondamentale en ce qui concerne le contenu. C'est ce que je voulais dire lorsque j'ai parlé d'Internet. C'est une liberté technologique que l'on ne peut pas refuser aux gens et, par principe, il ne faut pas le faire.

[*Text*]

For forty years we lectured the communists on the immorality of jamming radio broadcasts. We were right to do so. In the long haul we cannot keep out the airwaves of the world. We have been able to so far because most of our broadcasting comes through on cable for over 80% of the Canadian population. In the next century particularly we will have to deal with new technological situations and come up with some new solutions.

As far ahead as I can see, we will need to maintain Canadian content policy if only to give an underpinning to the creative community. They feel very insecure, particularly with the recession. I don't want to say anything that would undermine the strength of our commitment to the Canadian content regulations; that is, for music and television. They are very firmly entrenched and are going to stay there. What we are doing more and more, however, is trying to steer more funding to them. We're trying to make sure in every way we can that the artists get a better part of the pie.

[*Translation*]

Pendant quarante ans, nous avons fait la leçon aux communistes en leur disant qu'il était immoral de brouiller le émissions radio. Nous avions raison de le faire. À la longue, on ne peut empêcher les ondes des autres pays d'entrer. Jusqu'ici, nous avons réussi à le faire parce que la plupart des émissions sont distribuées par câble pour plus de 80 p. 100 de la population canadienne. Au cours du siècle prochain, nous aurons de nouvelles technologies et nous devrons trouver de nouvelles solutions.

Pour ce que je peux voir, nous devrons maintenir la politique sur le contenu canadien ne serait–ce que pour protéger le monde de la création. Ils ne se sentent pas du tout en sécurité, surtout avec la récession. Je ne veux rien dire qui soit susceptible d'affaiblir la fermeté de notre engagement en ce qui concerne la règlementation du contenu canadien; enfin, pour la musique et la télévision. Elle est bien en place et le restera. Nous essayons cependant de plus en plus d'orienter vers les artistes des fonds plus importants. Nous faisons tout pour qu'ils aient une plus grande part du gâteau.

• 1645

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Thank you, Mr. de Jong. You've had your five minutes, I'm sorry.

Mr. de Jong: I'm sorry, but can I do one more? I need on that question a very fast answer about Internet.

Mr. Spicer: Yes. I think Internet is a perfect example of how technology, the market, and the consumer are driving this. Regulators in some ways are observers. We have to manage the reality that these three forces are creating—the technology, the market forces, and the consumer.

There are still important things for us to do, such as the privacy thing and price protection if monopolies take over. If we completely bailed out of telecom regulation, or electronic highway regulation, it might be that some of the really big guys could take over everthing.

That's what some of the Americans were trying to do before their deals collapsed. They wanted their own telephone and cable and content. If they did that, you would have a mega–monopoly, which would immediately raise the question that somebody should be regulating this before the consumer gets shot like a fish in a barrel.

Mr. Ianno (Trinity—Spadina): Thank you, Mr. Spicer, for coming.

On a very small side–note, I never thought I'd hear the CRTC chairman apologize for Canadian culture and, to quote you, "an unfortunate expression". I hope that—

Mr. Spicer: Did I?

Mr. Ianno: That was in jest when Suzanne mentioned something, if I interpreted it correctly. I know you were just trying to find the correct terminology.

Mr. Spicer: Was I speaking in French? I don't think I was—

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Merci, monsieur de Jong. Vos cinq minutes sont écoulées, je regrette.

M. de Jong: Excusez–moi, mais puis–je poser encore une question? Je voudrais seulement une très brève réponse à propos d'Internet.

M. Spicer: Oui. Je crois qu'Internet est le parfait exemple de l'influence déterminante de la technologie, du marché et du consommateur. Dans un sens, ceux qui font les règlements ne sont que des observateurs. Nous devons gérer la réalité créée par ces trois forces—la technologie, les forces du marché et le consommateur.

Il nous reste toujours des choses importantes à faire, comme la question de la vie privée et la protection des prix si les monopoles prennent le contrôle. Si nous nous effacions complètement de la réglementation des télécommunications ou de l'autoroute électronique, il se pourrait que les très grosses sociétés prennent le contrôle sur tout.

C'est ce qu'essayaient de faire certains des Américains avant que leurs affaires n'échouent. Ils voulaient avoir leur téléphone, leur câble et le contenu. Dans ces conditions, il y aurait un méga–monopole et l'on demanderait immédiatement à quelqu'un de réglementer la situation avant que le consommateur ne se fasse plumer comme un pigeon.

M. Ianno (Trinity—Spadina): Merci d'être venu, monsieur Spicer.

Pour faire une toute petite digression, je dois dire que je n'aurais jamais cru entendre le président du CRTC s'excuser de vouloir protéger la culture canadienne et parler, si je peux vous citer, d'une «expression malheureuse». J'espère que. . .

M. Spicer: J'ai fait ça?

M. Ianno: C'était en plaisantant que Suzanne a dit quelque chose, si j'ai bien interprété les choses. Je sais que vous vouliez seulement trouver les termes adéquats.

M. Spicer: Est–ce que je parlais français? Je ne crois pas que j'ai. . .

[*Texte*]

Mr. Ianno: You were speaking in English.

Mr. Spicer: I apologized for the phrase—

Mr. Ianno: That's all right. It's in the transcript.

Mr. Spicer: I don't recall saying that.

Mr. Ianno: Anyway, back to this, I want us all to be on the same wavelength. With respect to infrastructure, you indicated that part of what Canadians pay their cable companies is to help pay for the infrastructure. What happens once an infrastructure is paid for? Do the consumer rates go down?

Mr. Spicer: Theoretically, yes. Well, inflation takes some of it. There may be price freezes, such as we impose on the cable industry and the phone industry. You may recall that the phone industry has not gotten an increase—I guess it's coming up to 12 years now—in local rates. That's a pretty dramatic thing to do. We figured their infrastructure was already at a high enough level that we should protect the consumers.

Mr. Ianno: When you said that Canadians are paying for the infrastructure, it's not just to the cable companies; part of their payments to the telephone companies is for that, too. Is that correct?

Mr. Spicer: Well, no. In the example of the telephone company I was just showing how we froze the rates for 11 or 12 years, because the infrastructure mainly was in place. Taking it over to cable, we put the brakes on the rise in cable rates soon after I came to the CRTC. I'm not necessarily drawing a link, but it did happen on my watch. It was a unanimous decision of the CRTC to put the brakes on the cable rates.

You may recall that back in 1989 or 1990 there was a lot of public outcry about cable rates. I remember getting—

Mr. Ianno: What will happen, Mr. Spicer, if. . .? I'm sorry I'm interrupting; it's just that my three minutes—

Mr. Spicer: That's okay. Go ahead. I know time is dear.

Mr. Ianno: What will happen with the 500–channel system? How will consumers help pay for that and how will they benefit, aside from the large volume?

Mr. Spicer: Consumers will not see 500 channels until after the year 2000, so as we increase. . .

This example I gave of our rewriting the rules on cable rates to take some money out of the consumers' contribution, steer it into this interactive box. . . You could complain. . . If you looked at it as a photograph, rather than as a movie, you could say that's bad. If you saw our action as a movie and said, oh yes, they did that, they made them contribute to the black box because it was going to accelerate the pick–and–pay interactivity and was going to enable the consumers, in three to seven years, depending on what part of the country you live in, to have a tool for paying essentially only for what they wanted. . . There will always be some basic packages, let's hope, such as *Newsworld* and the main networks, but they wouldn't have to take a whole array. They wouldn't have to take all 50 or 100 or 200.

[*Traduction*]

M. Ianno: Vous parliez anglais.

M. Spicer: Je me suis excusé pour la phrase. . .

M. Ianno: C'est bien. C'est au compte rendu.

M. Spicer: Je ne m'en souviens pas du tout.

M. Ianno: Quoiqu'il en soit, revenons à nos moutons et je voudrais que nous soyons tous sur la même longueur d'ondes. Vous avez dit, à propos de l'infrastructure, qu'une partie des sommes versées par les Canadiens aux sociétés de câble servait à payer l'infrastructure. Que se passe–t–il lorsque l'infrastructure est complètement payée? Est–ce que les tarifs demandés aux consommateurs diminuent?

M. Spicer: Théoriquement, oui. Bon, il y a une part pour l'inflation. On peut décider de bloquer les prix, comme nous le faisons pour les câblodistributeurs et les sociétés de téléphone. Vous vous souvenez peut–être que les entreprises de téléphone n'ont pas pu augmenter les tarifs pour les appels locaux—depuis douze ans maintenant, je crois. Ce n'est pas négligeable. Nous avons jugé que leur infrastructure était déjà suffisamment développée et qu'il fallait protéger les consommateurs.

M. Ianno: Lorsque vous avez dit que les Canadiens payaient l'infrastructure, il ne s'agit pas uniquement des câblodistributeurs, il y a aussi les sociétés de téléphone, n'est–ce–pas?

M. Spicer: Eh bien, non. J'ai pris l'exemple de la société de téléphone pour montrer que nous avions bloqué les tarifs pendant onze ou douze ans parce que l'infrastructure était pratiquement en place. Pour ce qui est du câble, nous avons freiné l'augmentation des tarifs peu après mon arrivée au CRTC. Je ne fais pas nécessairement de lien, mais cela s'est produit pendant que j'étais là. Le CRTC a décidé à l'unanimité de mettre un frein à l'augmentation des tarifs de câblodistribution.

Vous vous souvenez peut–être qu'en 1989 ou 1990, le public se plaignait beaucoup des tarifs du câble. Je me rappelle. . .

M. Ianno: Que se passera–t–il, monsieur Spicer, si. . .? Excusez–moi de vous interrompre mais mes trois minutes. . .

M. Spicer: C'est très bien. Allez–y. Je sais que le temps est compté.

M. Ianno: Que se passera–t–il avec le système des 500 canaux? Comment les consommateurs vont–ils contribuer à payer cela et en quoi vont–ils en bénéficier, en dehors de la question de volume?

M. Spicer: Les consommateurs ne verront les 500 canaux qu'après l'an 2000, ainsi à mesure que nous augmentons. . .

Je vous ai donné l'exemple des règles concernant les tarifs de câblo–distribution que nous avons modifiées pour utiliser une part des sommes versées par les consommateurs pour l'injecter dans cette boîte interactive. . . Vous pourriez vous plaindre. . . Si vous voyez cela comme une photo plutôt que comme un film, vous diriez que c'est mauvais. Si vous regardiez nos décisions comme un film et que vous disiez: «oh oui, ils ont fait cela, ils les ont obligés à contribuer à la boîte noire afin d'accélérer l'interactivité du paiement à l'unité et donc permettre aux consommateurs, dans trois à sept ans, selon la région où il se trouve, de ne payer que pour ce qu'ils veulent». . . Il y aura toujours des forfaits de base, espérons–le, comme *Newsworld* et les principaux réseaux, mais il ne serait pas nécessaire de tout prendre. Les consommateurs ne devraient pas prendre les 50 ou les 100 ou les 200 canaux.

[*Text*]

We want to use this interactive box, not only as an instrument of choice but as an instrument to control prices, so that the consumer can say. . . Let's say that elderly people don't have a lot of money; if they want a survival package costing less than $10, maybe we can come up with that. That's not a firm commitment, but that's what we're trying to do with the pick–and–pay box.

• 1650

Mr. Ianno: How will that flow into your statement when you indicate that you want to see less regulation from the CRTC? How will that affect the cost to Canadians re cable companies and telephone companies?

Mr. Spicer: By getting more price–control tools to citizens, it will keep the rates down. That's one way. Another way is to—

Mr. Ianno: But is that more or less regulation? How does that work?

Mr. Spicer: The regulation has occurred in accelerating the introduction of the black box, but it will mean they will be able to choose mainly what they want to pay for.

Mr. Ianno: Aside from the black box perspective, I'm talking also in terms of the overall cable cost and the overall telephone costs. If you're slowly moving out, and less regulation, how is their protection maintained?

Mr. Spicer: The protection will be maintained by gradual introduction of competition, which is already occurring. I'm not here to announce some spectacular competition. It's not in the cards right now. But it's gradually coming forth. You now have a major cable company or two getting into long distance.

Mr. Ianno: How about on the reverse side? Is there a system in place where an independent might be able to participate in the cable industry and tag along similar to what the telephone companies had to do for new industries on the cable side so that the cable is actually used by the new independents? Will that be allowed?

Mr. Spicer: Who would this independent be? Would it be a program provider?

Mr. Ianno: I don't know in particular. But if some entrepreneur wanted to come around. . . Say I wanted to compete with Rogers and Maclean's and to use their infrastructure. Is it possible for them to do that?

Mr. Spicer: It's not, under the current rules. We have geographic monopolies for cable right now.

Mr. Ianno: I gathered that. How will that change to increase the competition you've spoken about?

Mr. Spicer: As I said, there are cases where the telephone companies are asking to get into provision of television. All I can say on this one is to stay tuned. I can give you the situation of today but I can't tell you what it's going to be.

[*Translation*]

Nous voulons utiliser cette boîte interactive, non seulement comme un instrument de choix mais aussi comme un moyen de réglementer les prix afin que le consommateur puisse dire. . . Prenons le cas de personnes âgées qui n'ont pas beaucoup d'argent; si elles veulent le strict minimum pour moins de 10$, nous pourrons peut–être le leur proposer. Ce n'est pas un engagement que je prends mais c'est ce que nous visons avec le système du paiement à l'unité.

M. Ianno: Comment cela vient–il rejoindre vos propos selon lesquels vous souhaitez que le CRTC fasse moins de réglementation? Comment cela influencera–t–il les tarifs que les compagnies de téléphone ou de câblodistribution exigeront des Canadiens?

M. Spicer: Si les consommateurs ont à leur disposition davantage d'outils de contrôle des prix, les tarifs resteront bas. C'est une façon de procéder. Une autre façon. . .

M. Ianno: Mais s'agit–il pas là plus ou moins de réglementation? Comment cela fonctionne–t–il?

M. Spicer: La réglementation a eu lieu lorsqu'on a accéléré l'introduction de la boîte noire, mais cela signifiera qu'ils pourront choisir principalement les émissions pour lesquelles ils veulent payer.

M. Ianno: Laissons de côté la boîte noire, je parle également du coût global de la câblodistribution ou du téléphone. Si vous vous éloignez graduellement de ces domaines et que cela donne lieu à moins de réglementation, comment continuerez–vous à protéger le consommateur?

M. Spicer: La protection sera maintenue par l'introduction graduelle de la concurrence, ce qui se produit déjà. Je ne suis pas ici pour vous annoncer une concurrence féroce. On ne l'envisage pas pour le moment. Mais ça s'en vient petit à petit. Il y a maintenant une ou deux grandes compagnies de câblodistribution qui se lancent dans l'interurbain.

M. Ianno: Et dans l'autre sens? Existe–t–il actuellement un système qui permettrait à un indépendant de participer à l'industrie de la câblodistribution et de venir s'y greffer un peu comme les compagnies de téléphone ont dû le faire pour les nouvelles industries de câblodistribution, de sorte que le câble puisse être utilisé par les nouveaux indépendants? Est–ce que ce sera permis?

M. Spicer: Qui serait cet indépendant? Un fournisseur de programmation?

M. Ianno: Je ne sais pas exactement. Mais si un entrepreneur voulait venir faire. . . Disons que je veux faire concurrence à Rogers et Maclean et utiliser leur infrastructure. Serait–ce possible de le faire?

M. Spicer: Non, pas selon les règles en vigueur actuellement. Pour le moment, il existe des monopoles géographiques pour la câblodistribution.

M. Ianno: C'est ce que j'avais compris. Comment cette situation changera–t–elle pour intensifier la concurrence dont vous avez parlé?

M. Spicer: Comme je l'ai dit, dans certains cas les compagnies de téléphone demandent la permission de fournir des services de télévision. Tout ce que je peux vous dire à ce sujet, c'est de rester à l'écoute. Je peux vous décrire la situation actuelle mais je ne peux pas vous dire ce qui se produira à l'avenir.

[*Texte*]

Mr. Ianno: But it will go along with your philosophy, which is to allow more competition.

Mr. Spicer: The consensus within industry, regulators and government—and this is the Canadian way of doing things—that I feel is evolving is toward more competition.

I don't want to go further than that. I can't really commit—

Mr. Ianno: This my last question, Madam Chair.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): I'm sorry, Tony. We have four more speakers on our side.

Next is Suzanne Tremblay.

Mme Tremblay: Je voudrais revenir à la question de l'autoroute électronique qui prendra toutes sortes de moyens d'expression comme l'écriture, la danse, la musique, etc., et qui offrira des productions de toutes les provenances, tant locale que régionale, nationale et internationale.

Avez–vous l'impression que la Loi sur la radiodiffusion, qui régit présentement le CRTC, vous permet de légiférer vraiment sur l'ensemble du contenu canadien? Ma préoccupation, c'est la vitesse à laquelle vont les choses. Les Américains sont intéressés par le contenu parce que c'est pour eux une façon d'envahir la culture des autres. C'est leur désir. On n'a qu'à regarder les résistances qu'ils ont opposées au GATT. Avez–vous l'intention d'étendre le concept de contenu canadien aux logiciels, aux vidéos, à l'ensemble de tout ce qui sera produit et véhiculé là–dedans? Qui sera responsable de ce contenu canadien? Le propriétaire de l'autoroute, le locataire de l'autoroute ou l'usager de l'autoroute? Pouvez–vous m'éclairer là–dessus?

M. Spicer: Nous avons déjà commencé à esquisser une certaine réglementation des jeux électroniques. Les vidéoclubs, quant à eux, relèvent de la compétence provinciale. Dans le contexte de la violence à la télévision, nous nous sommes mis en rapport avec les différentes instances de la réglementation provinciale, dont la Régie du Québec. Nous avons tenu une conférence à Montréal, où on a fini par organiser une concertation entre toutes les provinces et nous, afin d'imposer un code de classification et d'essayer de développer tout un système de collaboration dans le contexte du Groupe d'action sur la violence à la télévision. C'est un groupe qui est l'aboutissement de ces efforts de deux ans que nous avons entrepris et qui réunit tous les éléments de l'industrie: le câble, le satellite, les radiodiffuseurs classiques et hertziens, les artistes, les gens de la publicité et les parents. Ce groupe a établi un système de classification au Québec. C'est le système de la Régie. Au Canada anglophone, il y a un système qui est en voie de développement et qui sera perfectionné, nous l'espérons, en décembre.

Je ne sais pas si cela répond adéquatement à votre question. Si vous voulez approfondir davantage, je suis à votre disposition.

• 1655

Mme Tremblay: Mais qui sera responsable finalement? Est–ce le CRTC qui va garder le contrôle sur le contenu canadien et la surveillance, ou si vous allez aussi responsabiliser les propriétaires ou les locataires de l'autoroute? Je ne sais trop comment cela va fonctionner. Qui va avoir cette responsabilité?

[*Traduction*]

M. Ianno: Mais cela viendra rejoindre votre principe, qui est de permettre davantage de concurrence.

M. Spicer: Le consensus qui se dégage de l'industrie, des organismes de réglementation et du gouvernement—et c'est une façon bien canadienne de faire les choses—est que nous nous dirigeons vers une plus grande concurrence.

Je ne veux pas aller plus loin. Je ne peux vraiment pas prendre d'engagement. . .

M. Ianno: C'est ma dernière question, madame la présidente.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Je regrette, Tony. Nous avons encore quatre personnes qui veulent prendre la parole de notre côté.

C'est maintenant au tour de Suzanne Tremblay.

Mrs. Tremblay: I would like to get back to the issue of the information highway which will take all kinds of means of expression such as writing, dance, music, etc. and will offer productions from local, regional, national and international sources.

Do you have the impression that the Broadcasting Act that currently governs the CRTC, truly allows you to regulate Canadian content as a whole? My concern is the speed with which things are moving. The Americans are interested in content because for them, this is a way of invading other people's cultures. That's their wish. You just have to look at the resistance they put up at the GATT. Do you intend to extend the concept of Canadian content to software, videos and everything produced and disseminated through those technologies? Who will be responsible for that Canadian content? The highway owner, the highway tenant or the highway user? Can you shed light on this?

Mr. Spicer: We've already started to draft some regulations regarding computer games. Video clubs come under provincial jurisdiction. In the context of violence on television, we've already come in contact with various provincial regulatory bodies, including the *Régie* in Quebec. We held a conference in Montreal where we managed to establish cooperation between all the provinces and ourselves in order to impose a classification code and try to develop a whole cooperative system through the Action Group on Violence on Television. That group is the final result of two years of effort and it brings together all players in the industry; cable companies, satellite, regular and microwave broadcasters, artists, advertisers and parents. The group established a classification system in Quebec. It's the *Régie* system. But in English Canada, a system is being developed and we hope it will be finalized by December.

I don't know if that answers your question adequately. If you want further clarification, I'm at your disposal.

Mrs. Tremblay: But who will have final responsibility? Will the CRTC maintain control over Canadian content and monitoring, or will you also give some responsibility to the highway owners and tenants? I'm not too sure how this will work. Who will be responsible?

[*Text*]

Quand on zappe et qu'on peut prendre 500 canaux américains, les câblodistributeurs canadiens auront beau nous donner du contenu canadien, qu'est–ce qu'on va faire avec le reste? Comment va–t–on faire pour vraiment se protéger contre l'envahissement américain? C'est comme cela qu'il faut que je vous pose la question.

M. Spicer: La stratégie consensuelle qui s'est dégagée de la conférence au sommet sur la télévision tenue par l'honorable Perrin Beatty il y a deux ans, à Montréal, est justement une stratégie d'attaque positive en faveur des artistes et des industries de production du Canada. Il y avait 200 personnes qui représentaient tous les éléments de l'industrie, y compris les artistes. Nous avons convenu que la seule stratégie réaliste, dans un univers de 500 canaux, était d'avoir une meilleure programmation canadienne qui puisse concurrencer les meilleurs produits des États–Unis.

Je crois que le public francophone au Canada est un peu mieux protégé que les anglophones. Cela peut paraître paradoxal, mais — je dis cela un peu comme une boutade — la culture réellement menacée au Canada, c'est l'anglophone.

Mme Tremblay: Ce n'est pas une boutade. Je partage votre opinion.

M. Spicer: Nous n'avons pas de barrière linguistique vis–à–vis des États–Unis. Il y a un quart de milliard d'Américains à côté qui nous ressemblent un peu, qui parlent un peu comme nous, qui aiment un peu mieux les fusils que nous, qui aiment moins l'assurance médicale, mais il y a tellement de similitudes. Aussi, nos artistes, quand ils commencent à réussir, sont fortement tentés par Hollywood et New York. C'est un fardeau considérable et un grand défi.

Votre question est très pertinente, madame. Comment pouvons–nous nous protéger? La notion de protection doit être complétée par la notion d'investissement et de stratégie positive en faveur d'une meilleure programmation canadienne. À la longue, on ne peut pas forcer les Canadiens à regarder telle ou telle émission. Il faut que l'émission soit bonne, séduisante, excellente. Comme disent les militaires, la meilleure défense, c'est une bonne attaque. Je crois qu'on va de plus en plus dans ce sens–là.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Merci.

Mr. Iftody (Provencher): Thank you, Mr. Spicer, for your presentation. Once again you find yourself at the centre of some Canadian activity, perhaps inadvertently. I have been reading some of the material and briefing notes and so on from the department, and press clippings. I get the image — and there are other images being used, speaking of metaphors — of a new supercop on the information highway ready to flash the red lights to stop this dynamic, as you say, getting out of control.

You make a distinction between technology, market forces and consumer interest. My definition of the market is one usually driven by consumer interests. I don't know how you make the distinction, or on what basis you make the analysis, either individually or through your department, that these cable companies... I'm certainly not going to defend them. I'm advised that in Canada, anyway, close to 70% of households and businesses would rather have the information on the

[*Translation*]

When you can channel surf and get 500 American channels, Canadian cable companies may well give us Canadian content, but what are you going to do about the rest? How will we really protect ourselves against the American invasion? That's how I have to put the question to you.

Mr. Spicer: The strategy concensus that came out of the summit conference on television held by the honorable Perrin Beatty held two years ago in Montreal was precisely a positive attack strategy promoting the interest of Canadian artists and production industries. There were 200 people representing all facets of the industry, including artists. We agreed that the only realistic strategy in a 500 channel universe was to have better Canadian programming that can compete with the best products coming out of the United States.

I believe that the francophone public in Canada is somewhat better protected than anglophones. It may seem like a paradox, but — and I say this somewhat in jest — the culture that is truly threatened in Canada is anglophone culture.

Mrs. Tremblay: It's not a jest. I share your view.

Mr. Spicer: We have no language barrier with the United States. There are a quarter of a billion Americans next door who look a bit like us, talk a bit like us, like guns a bit more than we do, like Medicare a bit less than we do, but there are so many similarities. So when our artists start to be successful, they are extremely tempted by Hollywood and New York City. It's a considerable burden and a great challenge.

Your question is highly relevant, Madam Tremblay. How can we protect ourselves? The notion of protection must be complemented by the notion of investment and a positive strategy to promote better Canadian programming. In the long term, we can't force Canadians to watch a given program. The program has to be good, appealing, excellent. As they say in the army, the best defense is a good offense. I think we're moving more and more in that direction.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Thank you.

M. Iftody (Provencher): Monsieur Spicer, merci de votre exposé. Encore une fois vous vous retrouvez au centre d'une activité canadienne, peut–être par inadvertance. J'ai pris connaissance de certains documents et des notes d'information provenant du ministère, ainsi que des coupures de presse. J'ai cette image — et il y en a d'autres, en parlant de métaphores — d'une sorte de nouveau superflic sur l'autoroute électronique prêt à mettre le feu rouge pour empêcher cette dynamique, comme vous l'appelez, de devenir incontrôlable.

Vous faites une distinction entre la technologie, les forces du marché et les intérêts des consommateurs. Selon ma définition, les forces du marché sont souvent actionnées par les intérêts des consommateurs. Je ne sais pas comment vous faites la distinction, ou sur quoi vous fondez l'analyse, soit personnellement ou par l'entremise de votre ministère, comme quoi ces compagnies de câblodistribution... Je ne vais assurément pas les défendre. De toutes façons, on me dit qu'au

[*Texte*]

superhighway delivered through the telephone systems rather than the cable companies.

How do you make these kind of judgments this quickly, this early in the game, when we—all of us, yourself, the technical companies, the experts and so on—are grappling with a dynamic that's really moving very quickly?

Aren't you concerned that if you move too quickly in terms of some of your regulatory framework that. . .? I mean, you have a difficult task here.

Perhaps start with my first question. At this point in time and within the next six months or this fiscal year, how do you define what the consumers are going to request?

[*Traduction*]

Canada, environ 70 p. 100 des ménages et des entreprises préféreraient que l'information émanant de l'autoroute électronique leur soit livrée par les systèmes téléphoniques plutôt que par les compagnies de câblodistribution.

Comment pouvez–vous porter ces jugements aussi rapidement, si tôt, quand nous tous, y compris vous, les compagnies technologiques, les experts et ainsi de suite sont aux prises avec une dynamique qui est en évolution très rapide?

N'êtes–vous pas inquiets que si vous procédez trop rapidement avec votre réglementation. . .? Enfin, vous avez là une tâche très difficile.

Vous pourriez peut–être commencer par ma première question. Que ce soit maintenant ou dans six mois ou pendant cette année financière, comment pouvez–vous définir ce que les consommateurs vont demander?

• 1700

Mr. Spicer: I think you and I agree that the centre of it all is the consumer. The market should be driven by consumers. But we could probably also agree that there are good and bad marketers.

When I said there are some things in the market that you should look at skeptically I was referring to what I would call bad marketers, who were being driven by ego and greed, I think, in the United States. In some of those super–deals they were cooked up by a couple of guys who went fishing and said to each other that they were going to be big heroes if they did the deal because there had never been a bigger deal. They didn't sit down and ask whether the consumer wanted that, or what the consumer will buy, or what they would put on there, whether it would be movies, banking services, courses on athletics, or whatever. That was my point.

Secondly, as for whether the consumer cares whether it is the telephone company or the cable company, I don't think they do. I don't think they know the difference; a wire is a wire. I think most consumers care what ends up on the screen.

We have said that we consider the cable system to be the most effective and efficient means of delivering television at this time. However, we are leaving the door open to the telephone companies and the Canadian direct–to–home satellite industry, to make whatever inroads they can make.

So there's a combination again, a balance between a strong national infrastructure—the cable industry—which has many advantages and is the envy of the world, believe me, because it has so many economic and cultural pay–offs, the half–open door to the telephone companies, and quite a wide–open door, I would say, to the DTH people, who just formed a consortium of five major companies, and there may be more. We anticipate that direct–to–home Canadian broadcasting is likely to remain a very useful gap–filler, perhaps, in remote and rural areas—

M. Spicer: Nous sommes d'accord pour dire que le consommateur est au centre de tout. C'est lui qui devrait déterminer le marché. Mais nous pouvons également admettre qu'il y a de bons et de mauvais commerçants.

Je disais tout à l'heure qu'il faut regarder certaines choses sur le marché avec septicisme et je pensais à ceux que j'appellerais les mauvais commerçants, qui ne sont nus que par leur ego et leur cupidité aux États–Unis. Certaines des super ententes ont été concoctées par deux gars qui sont allés pêchés ensemble et qui se sont dits qu'ils allaient devenir des héros s'ils concluaient l'entente parce qu'il n'y en avait jamais eue de si grosses; ils ne se sont jamais demandés si c'était ce que voulait le consommateur, ce qu'il allait acheter, ni ce que eux allaient proposer, c'est–à–dire des films, des services bancaires, des cours de gymnastiques ou autres. C'est tout ce que je voulais dire.

Deuxièmement, est–ce important pour le consommateur que ce soit la compagnie de téléphone ou la compagnie de câble? Je ne le crois pas. Je crois que le consommateur ne fais pas la différence: un câble, c'est un câble. Tout ce qui importe c'est ce qui est affiché sur l'écran.

Je le répète, à notre avis, la câblodistribution est le système le plus efficace et le plus efficient pour la télévision actuellement. Cependant, nous laissons la porte ouverte aux compagnies de téléphone et aux entreprises de retransmission directe par satellite, et elles peuvent gagner beaucoup de terrain.

Il y a donc encore toute une combinaison, un équilibre entre le fait de disposer d'une infrastructure nationale forte—constituée par les cablôdistributeurs—, qui présente beaucoup d'avantages et qui suscite la jalousie du monde entier, croyez–moi, parce qu'il y a de nombreuses retombées économiques et culturelles, et le fait de laisser la porte à moitié ouverte pour les entreprises de téléphone et une porte grande ouverte, je dirais, aux entreprises de SRD, dont cinq grandes viennent de former un consortium, mais il y en aura peut–être d'autres. Nous pensons que la radiodiffusion canadienne directe au foyer restera vraisemblablement très utile pour combler les trous, peut–être dans les régions rurales et éloignées. . .

[*Text*]

Mr. Iftody: Can I just pick up on that point? I probably have about 30 seconds to a minute left and I really value your comments and the information you provide in my brief moment in which to make an intervention.

I represent a rural riding and I live on the lake, in the bush—I don't have cable TV there. We've got to buy satellites at $5,000 or $6,000 each and I can't afford one. In the southern part of the riding, which even borders on the U.S. and Ontario, some of my constituents still operate on what they call party lines. In other words, the telephone system is so inefficiently provided—

Mr. Spicer: I know all about telephone lines.

Mr. Iftody: Okay. I want to talk briefly about the question of market, consumer interests, equality and equity regulations, and so on, in terms of the information highway and access.

Will you—or the chairpersons of your committee—consider in some of your deliberations making the regulatory process either restrictive or flexible enough to provide access to rural Canadians? You mentioned aboriginal people as well.

Mr. Spicer: Are you talking about telephones?

Mr. Iftody: I am talking about the capacities. If we are talking about putting curbs on investment or growth in terms of the cable companies or any other kind of private investment that wants to provide these kinds of services. . . What I am really talking about is not so much content but infrastructure, whether it's satellite delivery or the actual—

Mr. Spicer: We are definitely not trying to put curbs on growth. I smiled happily when you said that perhaps we are going too fast, because I think some of the telephone people—not to mention names—would accuse us of going too slowly and perhaps standing in the way of progress. Some entrepreneurs might say that.

We try to work within a coherent strategic vision of Canada as a sprawling, fragile country that needs a strong communications system. We do try for universal use. We spend a lot of our time talking about how we can guarantee to the folks in Tuktoyaktuk that they will get good television. We haven't always succeeded; I think we brought them some very bad American stuff from Detroit. But we have spent a lot of time trying to fill the gaps in the remote areas with telephone system and other. . .

When you mentioned party lines I was reminded of a time when we took over the regulation of one of the maritime provincial systems. We came in saying we were going to guarantee that everybody gets a private telephone, and we had protests. Don't tell anybody, but I won't say the province. Some people said they liked their party lines because they liked to know what the neighbours were saying. It's a cultural thing.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Thank you for the excellent question, David.

[*Translation*]

M. Iftody: Puis–je ajouter un mot sur ce point? Il me reste de 30 secondes à une minute et je vous suis reconnaissant des observations et des renseignements que vous pouvez me donner pendant mes quelques minutes d'intervention.

Je représente une circonscription rurale et j'habite au bord d'un lac, dans le bois—je n'ai pas le câble là–bas. Nous devons acheter des antennes paraboliques avec tout ce système, à 5 000$ ou 6 000$ et je n'en n'ai pas les moyens. Dans le sud de ma circonscription, qui est à la frontière des États–Unis et à la limite de l'Ontario, certains de mes commettants ont toujours ce qu'on appelle des lignes groupées. Autrement dit, le système téléphonique est tellement mal. . .

M. Spicer: Je sais tout sur les lignes de téléphone.

M. Iftody: D'accord. Je veux aborder rapidement la question du marché, des intérêts des consommateurs, des règlements concernant l'égalité et l'équité, etc, à propos de l'autoroute électronique et de l'accès à l'information.

Allez–vous—vous–même ou les présidents de votre comité—, envisager dans vos délibérations de restreindre ou d'assouplir suffisamment le processus réglementaire pour garantir l'accès aux Canadiens des régions rurales? Vous avez également cité les populations autochtones.

M. Spicer: Voulez–vous parler du téléphone?

M. Iftody: Je parle de la capacité. S'il est question de limiter les investissements ou la croissance des sociétés de câblodistribution ou d'autres entreprises privées disposées à fournir ce genre de services. . . Je ne pense pas tant au contenu qu'à l'infrastructure, qu'il s'agisse de transmissions par satellites ou de. . .

M. Spicer: Nous ne voulons certainement pas freiner la croissance. J'ai souri d'un air ravi quand vous avez dit que nous allions peut–être trop vite parce qu'il y a des gens dans les entreprises de téléphone—mais je ne citerai pas de noms—, qui ont tendance à nous accuser d'être trop lents et d'entraver le progrès. C'est l'avis de certains entrepreneurs.

Nous essayons de nous en tenir à une vision stratégique cohérente du Canada qui est un pays très étendu, fragile et qui a besoin d'un bon système de communication. Nous visons l'accès universel. Nous passons beaucoup de temps à discuter pour savoir de quelle façon il serait possible de garantir une bonne télévision aux habitants de Tuktoyaktuk. Nous n'y avons pas toujours réussi; nous avons eu de très mauvaises émissions américaines de Détroit. Mais nous avons passé beaucoup de temps à essayer de combler les lacunes dans les régions éloignées avec les systèmes téléphoniques et d'autres. . .

Lorsque vous avez parlé des lignes groupées, je me suis rappelé l'époque où nous avons repris la réglementation concernant le système d'une province maritime. Nous sommes arrivés en disant que tout le monde allait avoir un téléphone privé mais les gens ont protesté. Ne le dites à personne et je ne dirai pas de quelle province il s'agit. Certaines personnes voulaient garder leurs lignes groupées parce qu'elles aimaient savoir ce que racontaient leurs voisins. C'est culturel.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Merci de votre excellente question, David.

[*Texte*]

Do you want to speak, Jan?

• 1705

Mrs. Brown (Calgary Southeast): No, I'm interested in everyone's questions, so I'm happy.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): I only have one more speaker left. It's your turn, Mr. de Jong.

Mr. de Jong: Let me start where the last questioner left off, because the information highway is a concern to me. If the information highway is more than just providing entertainment, then it becomes as essential as learning to operate the phone and it's just an essential part of living a productive life in Canada.

My concern is whether we are going to have two sets of citizens, those who have the knowledge and the access to the computers and the programs—who know it all—and then the vast majority, or a significant number of Canadians, who are going to be totally left outside.

My second question concerns the parliamentary channel. I understand as well that the parliamentary satellite channel has recently been filled in with replays of non–parliamentary public affairs cable programming.

In this universe of 500 channels, the information highway, and so forth, is there going to be a lane dedicated to the Parliament of Canada and just parliamentary content? Are there regulatory or legislative obstacles to Parliament becoming a TV and data broadcaster 24 hours a day? Will it be cheaper than the current $2 million or so per year to distribute Parliament's signals across Canada?

Mr. Spicer: I can't guarantee you precise numbers as to how much it will cost. I can give you some general answers.

You put your finger on one of the central questions, if not the most central one, of the electronic highway, namely universal access. I tried to say at the beginning that we want to make sure every Canadian has access to this highway and that it's not just a tool for the rich or for the business community. We want all kinds of people, retired people who don't have a lot of money and children. I see that one of the key things we must do with the electronic highway is to make it serve education.

Mr. de Jong: Yes.

Mr. Spicer: I'm not a political man so I'm not concerned about jurisdiction; I'll leave that to you. I think we must use this considerable tool of civilization for education, for medicine and for socially useful things. It mustn't simply be to amuse ourselves to death, as Neil Postman said. So universal access and high–quality content are vital to this.

As for CPAC, I'm aware they have been running some community cable thing; I found myself turning up there one day. After appearing on the community cable, I found myself on your channel. It was a great honour to appear on CPAC, but I was also aware we were stepping on your territory.

[*Traduction*]

Voulez–vous intervenir, Jan?

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Non, je trouve les questions des autres très intéressantes et je suis contente.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Je n'ai plus qu'une personne sur ma liste. C'est à vous, monsieur de Jong.

M. de Jong: Je vais reprendre là où s'est arrêté la dernière question parce que je m'intéresse au dossier de l'autoroute électronique. Si cette autoroute électronique ne doit pas se limiter au divertissement, il devient nécessaire de savoir l'utiliser, tout autant que de savoir se servir d'un téléphone, et c'est un élément absolument essentiel si l'on veut mener une vie productive au Canada.

Je crains que nous ne finissions par avoir deux groupes de citoyens, ceux qui connaissent les ordinateurs et les programmes—ceux qui savent tout—, qui auront accès à cette autoroute et la grande majorité, ou tout au moins un bon nombre de Canadiens, qui seront laissés pour compte.

Ma deuxième question porte sur le canal parlementaire. Je crois aussi que le canal satellite parlementaire a récemment servi à des rediffusions d'émissions d'affaires publiques non parlementaires.

Dans cet univers de 500 canaux, avec l'autoroute électronique et tout le reste, y aura–t–il une voix consacrée au Parlement canadien et aux contenu parlementaire uniquement? Y a–t–il des obstacles réglementaires ou législatifs qui empêcheraient le Parlement de diffuser des émissions de télévision et des données 24 heures sur 24? Serait–ce moins coûteux que les 2 millions de dollars qu'il faut payer actuellement pour diffuser les signaux parlementaires dans tout le Canada?

M. Spicer: Je ne peux pas vous donner de chiffres exacts pour ce qui est du coût, mais je peux vous répondre d'une façon générale.

Vous mettez le doigt sur l'une des questions primordiales, sinon la principale, de l'autoroute électronique, celle de l'accès universel. J'ai essayé de dire au début que nous voulions absolument que tous les Canadiens aient accès à cette autoroute qu'elle ne serve pas uniquement aux riches ou aux entreprises. Nous voulons que toutes sortes de personnes y aient accès, des retraités qui n'ont pas beaucoup d'argent et des enfants. D'après moi, l'une des premières choses à faire avec l'autoroute électronique est de s'en servir pour l'éducation.

M. de Jong: Oui.

M. Spicer: Je ne suis pas un homme politique et je ne me préoccupe donc pas de compétence, je vous laisse ce soin. Je trouve que nous devons nous servir de cet extraordinaire instrument de civilisation pour l'éducation, pour la médecine et pour des activités socialement utiles. Elle ne doit pas servir uniquement à nous faire mourir d'amusement, comme l'a dit Neil Postman. L'accès universel et la qualité du contenu sont donc des composantes essentielles.

En ce qui concerne le canal parlementaire, je sais qu'il y a eu certaines émissions communautaires; je m'y suis vu un jour. Après être passé à une émission du câble communautaire, je me suis retrouvé sur votre canal. Ce fut un grand honneur pour moi que de passer sur le canal parlementaire, mais je savais aussi que j'empiétais sur votre territoire.

[*Text*]

Personally—this is only a personal view—I would love to see more committees of Parliament covered. I don't think the public would find this tedious at all. You may wonder whether they would be. If they can stand CRTC hearings, they will love you. We find we have an incredibly faithful clientele who, instead of watching paint dry or grass grow, tune into CRTC hearings. Sometimes it gets pretty animated. There are just many people who believe in watching the public interest being defended.

So that's really my only thought on the parliamentary channel.

Mr. de Jong: Let me get back then to my first question. Would you be in a position to advise the government on what steps it can take to make certain there is universal access, that we don't develop a two–tier citizenship?

Mr. Spicer: I can assure you it's at the centre of our preoccupations. We have an observer on the 30–member consultative group. He will be putting that view forward. From time to time, I see the two ministers involved, Mr. Manley and Mr. Dupuy, and I will certainly put that to them. I know I'd be preaching to the converted, however.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Thank you, Mr. Spicer.

One last question from Jon Gerrard, please.

Hon. Jon Gerrard (Secretary of State for Science, Research and Development): I have two quick points. Clearly, in between telecommunications and broadcasting there is a grey area. Where is the line in terms of where you regulate Canadian content?

Secondly, in all the hype and discussion between the wired world, telecommunications and cable, wireless cable systems have tended to be left out of the discussion.

• 1710

Mr. Spicer: The grey areas are what make a regulation fun. Nobody said it was going to be easy to draw the line between telecom and broadcasting. It was easy five years ago, but it's not any more. We routinely deal with issues of new technology that we really can't recognize. It walks like a duck and looks like a duck, but it ain't a duck because of some other situation. They're not really doing programming.

We are now using the device of exempting experiments from the Broadcasting Act in order to let the technology develop. We are in favour of technological innovation. We want to favour it, not stand in the way of it. We're not trying to defend turf and we're not trying to grab new territory whenever we can. We're trying to remember what the Broadcasting Act passed by the last Parliament asks us to do under section 3. It's mainly equality, diversity, lots of good Canadian programming and some other things too, but those are the main ones.

So we try to keep our eye on the ball, and section 3 of that act is the ball whenever we're dealing with these gray areas. But you're quite right, it's a devilishly difficult area. We call it the no man's land. The cable and telephone people are looking at it, sometimes a bit covetously, and they should be. They should be looking for interesting things to do.

[*Translation*]

Personnellement—et c'est seulement un avis personnel—j'aimerais que l'on diffuse davantage d'audiences des comités du parlement. Je ne crois pas que le public trouverait cela ennuyeux. On peut se le demander. S'il arrive à supporter les audiences du CRTC, il va vous adorer. Nous nous sommes aperçus que nous avions une clientèle extrêmement fidèle qui, au lieu de regarder la peinture sécher ou l'herbe pousser, écoute les audiences du CRTC. C'est parfois très animé. Il se trouve que beaucoup de gens aiment voir défendre les intérêts du public.

C'est tout ce que je voulais dire à propos du canal parlementaire.

M. de Jong: Permettez–moi de revenir à ma première question. Pourriez–vous donner des conseils au gouvernement sur les mesures à prendre pour assurer l'accès universel et éviter que l'on ait deux classes de citoyens?

M. Spicer: Je peux vous assurer que c'est au centre de nos préoccupations. Nous avons un observateur au sein du groupe consultatif de 30 membres qui va défendre cette position. Je rencontre de temps à autres les deux ministres concernés, M. Manley et M. Dupuy, et je veillerai à leur en parler. Mais je sais que ce sera apprécié des convertis.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Merci, monsieur Spicer.

Une dernière question de Jon Gerrard, s'il vous plaît.

L'honorable Jon Gerrard (secrétaire d'État à la Science, la Recherche et le Développement): J'ai deux petites remarques à faire. Il est clair qu'il y a une zone grise entre les télécommunications et la radiodiffusion. Où placez–vous la limite en ce qui concerne la réglementation sur le contenu canadien?

Deuxièmement, il y a eu tellement d'émois et de discussions sur le monde câblé, les télécommunications et le câble, que l'on a eu tendance à oublier les systèmes sans fil.

M. Spicer: Ce sont les zones grises qui font le plaisir de la réglementation. Personne n'a dit qu'il serait facile de faire la distinction entre les télécommunications et la radiodiffusion. C'était facile il y a cinq ans, mais ce n'est plus le cas. Nous étudions régulièrement des questions touchant à des nouvelles technologies que nous ne pouvons pas vraiment reconnaître. Ça marche comme un canard et ça ressemble à un canard, mais ce n'est pas un canard pour une raison ou une autre. Il ne s'agit pas vraiment d'émissions.

Désormais, nous exemptons les expériences de la Loi sur la radiodiffusion afin de permettre à la technologie de se développer. Nous sommes favorables à l'innovation technologique. Nous voulons l'encourager et non la freiner. Nous n'essayons pas de défendre un territoire ni de gagner du terrain par tous les moyens. Nous pensons surtout à ce que nous sommes censés faire en vertu de l'article 3 de la Loi sur la radiodiffusion adoptée par le dernier Parlement. Il y est surtout question d'égalité, de diversité, d'émissions canadiennes de qualité et de quelques autres petites choses, mais ce sont les principales.

Nous essayons donc de ne pas quitter la balle des yeux et la balle, dans ce cas, c'est cet article 3 chaque fois que nous étudions ces zones grises. Mais vous avez tout à fait raison, c'est terriblement difficile. C'est un genre de «no man's land». Les sociétés de câble et de téléphone s'y intéressent, parfois avec une certaine convoitise, et c'est normal. Elles doivent être à l'affût de choses intéressantes.

[*Texte*]

As for wireless cable, I think that technology is not a central one for now. It sounds a bit contradictory to the rest of us—how can you have a wireless wire?—but it is one of many small innovative technologies that might or might not go somewhere. I think it will probably remain a niche one.

By the time we've had an hour or two together here, we all realize that this is an area that is so volatile and almost ungraspable that one is tempted to throw up one's hands, but one shouldn't. You have made the effort to understand this today. We are doing it every day. That's what our job is.

You should not be discouraged. I hope you will not consider this to be another routine technical conversation, because you will find, as you've already suspected, economic, social, cultural and philosophical issues popping up every day of the week. I hope we can keep in touch on this. I hope we can talk again whenever you would like to do that.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): If there are no more questions, I think we should adjourn.

Mr. Spicer, thank you on behalf of all committee members. As you saw, there was a lot of interest in this subject. Unfortunately, a lot of the members left before I had a chance to recognize them. Perhaps we could invite you back in the fall to expand. Maybe you'll have more information for us. We'd also like to thank you for your offer that the CRTC is ready to go to MPs' ridings. I think that's an excellent idea and we should mention it to all MPs who might be interested.

Mr. Spicer: We would like that. We would listen to the citizens and give them a couple of hours to ask any questions they want. I think there's a certain democratic poetry in having the sitting member there, assuming you don't think it would be the kiss of death to be seen with me.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): I don't think we think that. Thank you very much and thank you to your staff who were here. Unfortunately, we didn't recognize them.

I just want to remind members that tomorrow we're going to Carleton University, and the bus will leave at 3:05 p.m. from the Centre Block at the members' entrance.

Thank you, everyone.

Mr. Spicer: Thank you, Madam Chair. It's a great honour to be here.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): The meeting is adjourned.

[*Traduction*]

En ce qui concerne la câblodistribution sans fil, je ne crois pas que ce soit une technique essentielle pour le moment. Cela semble un peu contradictoire pour nous—comment peut–on avoir un câble sans câble?—mais c'est une nouvelle technique parmi d'autres qui donnera peut–être des résultats. Je pense qu'elle restera dans un créneau bien précis.

Après avoir passé une heure ou deux ensemble, nous nous rendons compte que ce domaine est telle touffu et difficile à saisir que l'on a envie de lever les bras au ciel et d'abandonner, mais il ne faut pas le faire. Vous avez fait l'effort de le comprendre aujourd'hui. Nous le faisons tous les jours. C'est notre travail.

Ne perdez par courage. J'espère que vous ne considérerez pas cette discussion comme une conversation technique de routine parce que vous verrez, comme vous vous y attendez déjà, des questions économiques, sociales, culturelles et philosophiques se posent à nous quotidiennement. J'espère que nous pourrons garder le contact et que nous aurons l'occasion d'en reparler, quand vous le souhaiterez.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): S'il n'y a pas d'autres questions, je crois que nous devrions lever la séance.

Monsieur Spicer, je tiens à vous remercier au nom de tous les membres du Comité. Comme vous l'avez vu, c'est un sujet qui suscite beaucoup d'intérêt. Malheureusement, de nombreux membres du Comité sont partis avant que j'aie pu leur donner la parole. Nous pourrons peut–être vous réinviter à l'automne pour nous donner davantage de précisions. Vous aurez peut–être de nouveaux renseignements à nous communiquer. Nous voudrions également vous remercier de nous avoir dit que le CRTC peut se déplacer dans les circonscriptions des députés. C'est une excellente idée, d'après moi, et nous devrions le signaler à tous les députés susceptibles d'être intéressés.

M. Spicer: Cela nous plaîrait beaucoup. Nous pourrions écouter les citoyens et leur donner deux ou trois heures pour poser les questions qui les intéressent. Et il y aurait même une certaine poésie démocratique, à avoir parmi nous le député en place, à condition que vous n'ayez pas l'impression que le fait d'être vu avec moi peut vous être fatal.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Nous n'avons pas du tout cette impression. Merci beaucoup et merci à vos collaborateurs. Malheureusement, nous ne leur avons pas donné la parole.

Je tiens simplement à rappeler aux membres du Comité que demain, nous allons à l'Université Carleton et que l'autobus partira à 15h05 de l'Édifice du Centre, à la porte des députés.

Merci à tous.

M. Spicer: Merci, madame la présidente. Ce fut un grand honneur pour moi que d'être là.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): La séance est levée.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid / Port payé
Lettermail / Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESS

From the Canadian Radio–television and Telecommunications Commission:

Keith Spicer, Chairman.

TÉMOIN

Du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes:

Keith Spicer, président.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Government Publications

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 16

Tuesday, June 7, 1994

Chairperson: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 16

Le mardi 7 juin 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of culture and the information highway

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la culture et l'autoroute de l'information

---

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

LIBRARY
JUL 11 1994
University of Toronto

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chairperson: John Godfrey

Vice–Chairs: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (*Oakville—Milton*)
Jan Brown (*Calgary Southeast*)
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Associate Members

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidentes: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (*Oakville—Milton*)
Jan Brown (*Calgary–Sud–Est*)
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Membres associés

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

TUESDAY, JUNE 7, 1994
(21)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 3:35 o'clock p.m. this day, in Room 209, West Block, the Chairman, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Eleni Bakopanos, Bonnie Brown, Jan Brown, John Cannis, John Godfrey, Albina Guarnieri, Glen McKinnon, Louis Plamondon, Suzanne Tremblay.

Acting Member present: Shaughnessy Cohen for Roger Gallaway.

Associate Member present: Simon de Jong.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: From the Nordicity Group Ltd.: Peter Lyman, Senior Partner; Glenn Suart, Consultant; Tara Rajan, Consultant. *From Burns Fry Ltd:* Doug Kirk, Vice–President and Director, Equities Research.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), and its Order of Wednesday, April 27, 1994, the Committee resumed its study of culture and the information highway. (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Tuesday, May 24, 1994, Issue No. 14*).

Suzanne Tremblay moved, — That the Committee require the production of the internal audit report prepared by accountants Peat Marwick Thorne at the request of the directors of the Canadian Museum of Nature, in order to cast a full light on the allegations of poor management by the officials of that Museum.

After debate, Bonnie Brown moved, — That the motion be amended by striking out all the words after the word "Committee" and substituting the following: "request the Canadian Museum of Nature to send a copy of the internal audit report prepared by Peat Marwick Thorne for the Museum's Board of Directors.

After debate, the question was put on the amendment and it was agreed to.

Suzanne Tremblay moved, — That the Committee invite the Professional Institute of the Public Service to appear in order to cast a full light on the allegations of poor management by the officials of that Museum.

After debate, Eleni Bakopanos moved, — That the motion be amended by adding after the word "Committee" the following: ", following the receipt of the internal audit report prepared by accountants Peat Marwick Thorne,".

After debate, Louis Plamondon moved an amendment to the amendment by striking out the words "following the receipt of" and substituting the following: "if our request is refused for".

The question being put on the amendment to the amendment, it was, by a show of hands, negatived: Yeas: 2; Nays: 6.

Louis Plamondon moved a further amendment to the amendment by striking out the words "following the receipt of" and substituting the following: "if in two weeks, we have not received".

PROCÈS–VERBAL

LE MARDI 7 JUIN 1994
(21)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 15 h 35, dans la salle 209 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Eleni Bakopanos, Bonnie Brown, Jan Brown, John Cannis, John Godfrey, Albina Guarnieri, Glen McKinnon, Louis Plamondon, Suzamme Tremblay.

Membre suppléant présent: Shaughnessy Cohen pour Roger Gallaway.

Membre associé présent: Simon de Jong.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

*Témoins: Du Groupe Nordicité Ltée. :*Peter Lyman, associé principal; Glenn Suart, consultant; Tara Rajan, consultant. *De Burns Fry Ltée. :*Doug Kirk, vice–président et directeur, Recherches en participation.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) et à son ordre de renvoi du mercredi 27 avril 1994, le Comité poursuit son étude sur la culture et l'autoroute de l'information (*voir les Procès–verbaux et témoignages du mardi 24 mai 1994, fascicule nº 14*).

Suzanne Tremblay propose — Que le Comité exige la production du rapport de vérification interne effectué par la firme Peat Marwick Thorne à la demande des administrateurs du Musée canadien de la nature, afin de faire toute la lumière sur les allégations de mauvaise gestion dont font l'objet les dirigeants du musée.

Après débat, Bonnnie Brown propose — Que la motion soit modifiée en remplaçant tous les mots après «Comité» par ce qui suit: demande que le Musée canadien de la nature envoie une copie du rapport de vérification interne préparé par Peat Marwick Thorne à l'intention du conseil d'administration.

Après débat, l'amendement, mis aux voix, est adopté.

Suzanne Tremblay propose — Que le Comité invite l'Institut professionnel de la Fonction publique à témoigner afin afin de faire toute la lumière sur les allégations de mauvaise gestion dont font l'objet les dirigeants du musée.

Après débat, Eleni Bakopanos propose — Que la motion soit modifiée en ajoutant après le mot «Comité» ce qui suit: «, après avoir reçu le rapport de vérification interne préparé par la firme Peat Marvick Thorne,».

Après débat, Louis Plamondon propose le sous–amendement suivant: remplacer les mots «après avoir reçu» par «s'il n'a pas reçu».

Après débat, le sous–amendement, mis aux voix à main levée, est rejeté par 6 voix contre 2.

Louis Plamondon propose cet autre sous–amendement: remplacer les mots «après avoir reçu» par «s'il n'a pas reçu au bout de deux semaines».

After debate thereon, the question being put on the amendment to the amendment of Louis Plamondon, it was, by a show of hands, negatived: Yeas: 2; Nays: 6.

The question being put on the amendment of Eleni Bakopanos, it was, by a show of hands, agreed to: Yeas 6; Nays: 2.

The motion as amended, was agreed to.

Peter Lyman made an opening statement, and with the other witnesses from the Nordicity Group Ltd., answered questions.

Doug Kirk from Burns Fry Ltd., made an opening statement, and answered questions.

At 5:15 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

Après débat, le sous–amendement de Louis Plamondon, mis aux voix à main levée, est rejeté par 6 voix contre 2.

L'amendement d'Eleni Bakopanos, mis aux voix à main levée, est adopté par 6 voix contre 2.

La motion, ainsi modifiée, est adoptée.

Peter Lyman fait un exposé puis, avec les autres témoins du Groupe Nordicité Ltée, répond aux questions.

Doug Kirk, de Burns Fry Ltd., fait un exposé et répond aux questions.

À 17 h 15, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Texte*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Tuesday, June 7, 1994

[*Traduction*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mardi 7 juin 1994

• 1536

The Chairman: Ladies and gentlemen, while we are waiting for at least one of our members to join us, I want informally to welcome the group from Nordicity and beg your indulgence, because we have some procedural matters to address when Madam Tremblay appears.

Le président: Mesdames et messieurs, en attendant l'arrivée d'encore au moins un membre, j'aimerais quand même souhaiter la bienvenue aux représentants du Groupe Nordicité Ltée et leur demander leur indulgence car nous aurons quelques questions de procédure à régler lorsque M^me^ Tremblay arrivera.

For the benefit of all, by way of reminder and announcement, tomorrow evening, in order to deal with Bill C–31 on the Telefilm financing change to legislation, we will be meeting from 7 p.m. to 9 p.m. in room 253–D in the Centre Block, the railway committee meeting room. The reason we are meeting there is that one of our witnesses will be appearing by means of television. We will be video–conferencing with that person, who will be in Calgary. That is the plan of action for tomorrow evening. I hope as many of you as possible can be there to deal with Bill C–31, which has been referred to us by the House of Commons, the Telefilm bill.

Pour votre gouverne, je vous rappelle que demain soir, dans le cadre de notre examen du projet de loi C–31, le projet de loi sur les modifications au financement de Téléfilm, nous nous réunirons de 19 heures à 21 heures dans la salle 253–D de l'Édifice du Centre, la salle des chemins de fer. Nous nous réunissons dans cette salle pour permettre à l'un de nos témoins, qui se trouve à Calgary, de comparaître par le biais d'une téléconférence. Voilà donc le programme pour demain soir. J'espère que vous serez nombreux à vous joindre à nous afin que nous puissions examiner le projet de loi C–31 sur Téléfilm, que la Chambre des communes nous a renvoyé.

Most of the rest of the week is fairly straightforward. We are meeting tomorrow afternoon and on Thursday afternoon as well. We will have a busy week ahead of us.

Le reste de la semaine est assez simple. Nous nous réunissons demain et jeudi après–midi. La semaine sera chargée.

Voilà madame Tremblay qui arrive.

Here is Mrs. Tremblay now.

I might just remind members that since I was last with you, we received a formal request to examine the alternative financing arrangement for the CBC in a multichannel universe, which we will begin in a formal sense in the fall. The work we are doing today is to help prepare us for that formal study.

Je me permets de rappeler aux membres du comité que depuis ma dernière présence ici, nous avons reçu une demande officielle nous priant d'examiner les divers mécanismes de financement de la Société Radio–Canada dans un univers aux multiples canaux. Nous entreprendrons officiellement cette tâche à l'automne, mais le travail que nous faisons aujourd'hui va nous aider dans cette étude future.

We have called June and late May "culture and the information highway", but it will tie in very much with our fall examination. I think our guests today, from whom we will be hearing shortly, will be able to help us out tremendously on better understanding the new technologies, the impact of those technologies on the marketplace, and then the subsequent role for public policy in the area of subsidy regulation, taxation, and all the rest of it.

Nous avons intitulé nos travaux du mois de juin et de la fin mai «La culture et l'autoroute de l'information», mais c'est tout à fait lié à nos travaux de l'automne. Je pense que nos invités d'aujourd'hui, que nous entendrons dans un instant, vont pouvoir nous aider, dans une grande mesure, à mieux comprendre les nouvelles technologies, l'incidence de celles–ci sur les marchés et le rôle que la politique publique devra jouer dans les domaines de la réglementation des subventions, de la fiscalité, et du reste.

That is our agenda.

Voilà donc notre programme.

À l'ordre du jour, nous avons deux motions de madame Tremblay. Je crois qu'on peut commencer avec la première. Madame Tremblay, voulez–vous présenter votre motion?

On today's agenda, we have two motions by Mrs. Tremblay. I think we can start by the first one. Madam Tremblay, would you introduce your motion?

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Merci, monsieur le président. Je vais essayer de le faire rapidement pour ne pas vous retarder.

Mrs. Tremblay (Rimousi—Témiscouata): Thank you, Mr. Chairman. I will try to go quickly so as not to delay us further.

Vous savez que la firme Peat Marwick Thorne a déposé son rapport au Musée canadien de la nature. La motion propose que notre Comité exige la production du rapport de vérification interne effectué à la demande des administrateurs du Musée canadien de la nature afin de faire toute la lumière sur les allégations de mauvaise gestion dont font l'objet les dirigeants de ce musée.

As you know, Peat Marwick Thorne has reported to the Canadian Museum of Nature. In this motion, I am moving that the Committee require the production of the internal audit report prepared at the request of the directors of the Canadian Museum of Nature, in order to cast full light on the allegations of poor management by the officials of that Museum.

[*Text*]

Le rapport ayant été déposé, si nous pouvions en prendre connaissance même si c'était à huis clos, il me semble que cela nous permettrait d'avoir l'âme en paix et de pouvoir faire les communiqués nécessaires et dire que tout va bien au musée, etc. C'est le sens de la motion.

Et ceci, en vertu de l'article 108 du Règlement.

The Chairman: I have done a little bit of research since this motion has come through. We of course can pass the motion. The only thing we should be aware of that may cause us legal problems later—but we'll cross that bridge when we come to it—is that the report as it now stands may be a document in a client–lawyer relationship. It may be a privileged document. The report may be helping the board decide whether or not to take legal action. That means we may not be able to force the board to produce the document, even if we ask for it, but I agree that we would very much like to see the report as soon as possible. I simply put out the caution that though we may ask for it, the minister may not be in a position to demand it until those legal hurdles have been covered.

[*Translation*]

Since the report has been presented, if we could see it, even in camera, it seems to me that we would be reassured, we could put out the appropriate press releases and say that everything is fine at the Museum, etc. That is the intent of my motion.

And this motion is introduced according to section 108 of the Standing Orders.

Le président: J'ai fait quelques recherches depuis que j'ai reçu cette motion. Nous pouvons évidemment adopter la motion. Il faut toutefois que vous sachiez qu'il y a une chose qui pourrait nous causer des problèmes d'ordre juridique plus tard—nous surmonterons cette difficulté le moment venu—mais dans l'état actuel des choses, ce document pourrait peut–être être considéré comme le produit d'une relation client–avocat. C'est donc peut–être un document privilégié. Le conseil d'administratin du Musée va peut–être se fonder sur ce rapport pour décider s'il y a lieu ou non d'intenter des poursuites. Cela signifie que nous ne pourrons peut–être pas forcer le conseil à nous remettre le document, même si nous le demandons, bien que je reconnaisse que nous aimerions le voir le plus rapidement possible. Je tiens simplement à vous mettre en garde: nous pouvons demander le rapport, mais le ministre ne sera peut–être pas en mesure de l'exiger tant que les obstacles juridiques n'auront pas été éliminés.

• 1540

That's the one caveat I would introduce to the discussion, but I will turn it over to others for their comments, reactions or questions.

Ms Brown (Oakville—Milton): Mr. Chairman, I am not averse to the thrust of Madam Tremblay's motion. As a matter of fact, I would like to see this report also. I am trying to think of a way we might be more successful in getting it.

In reading the phrase after the word "nature", that is, "in order to cast a full light on the allegations of poor management by the officials of that museum", first of all, as the Standing Committee on Canadian Heritage, we don't need to tell people what we are going to do with the document. It is within our right to request it, but we don't have to tell them what we are going to do with it. Why make them angry?

I would prefer to amend the motion by deleting everything after the word "nature". I think it's unnecessarily provocative.

Going up to the top, I would like to change "require" to "request". I don't know that we can in law "require" a free–standing or arm's length organization to do anything. So if we're not sure of that, I think to "request" is one thing. Certainly coming from this committee they will not take such a request lightly.

So I move to amend the motion this way, Suzanne, and perhaps you could think about it: That the committee request the Canadian Museum of Nature to send a copy of the internal audit report prepared by Peat Marwick Thorne for the museum's board of directors.

Mrs. Tremblay: I would agree with that.

Voilà la réserve que je voulais vous soumettre, mais maintenant, je vais céder la parole à d'autres pour leurs commentaires, réactions ou questions.

Mme Brown (Oakville—Milton): Monsieur le président, je ne m'oppose pas à l'intention de la motion de M^me^ Tremblay. À vrai dire, j'aimerais moi aussi voir le rapport. J'essaie de voir comment nous aurions le plus de chance de l'obtenir.

Dans cette motion, est–il vraiment nécessaire de dire «afin de faire toute la lumière sur les allégations de mauvaise gestion dont font l'objet les dirigeants de ce musée». Après tout, nous sommes le Comité permanent du patrimoine, nous n'avons pas de comptes à rendre sur ce que nous ferons du document. Nous avons parfaitement le droit de le demander, mais il ne nous incombe pas d'expliquer pourquoi. Pourquoi les fâcher?

J'aimerais que l'on modifie la motion en rayant tout ce qui se trouve après «Thorne», car j'estime que c'est de la provocation inutile.

Au début de la motion, j'aimerais changer «exige» par «demande». En droit, je ne sais pas si nous pouvons «exiger» qu'un organisme indépendant ou sans lien de dépendance fasse quoi que ce soit. Donc, si nous n'en sommes pas persuadés, je pense que «demande» nous servirait mieux. Après tout, on ne saurait prendre une demande de notre comité à la légère.

Je propose donc, Suzanne, de modifier la motion de la façon suivante pour dire: Que le comité demande que le Musée canadien de la nature lui fasse parvenir copie du rapport de vérification interne préparé par la firme Peat Marwick Thorne à l'intention du conseil d'administration du musée.

Mme Tremblay: Je suis d'accord.

[*Texte*]

Ms Brown (Oakville—Milton): It's just really a rewording.

The Chairman: Do we accept the words of the amendment? Is everybody content with that?

Amendment agreed to

The Chairman: Is there any further discussion on the motion as amended?

Motion as amended agreed to

The Chairman: Okay. That's the first motion.

Nous allons commercer par M^me^ Tremblay.

Mme Tremblay: La deuxième motion fait suite au document que vous avez sans doute reçu, puisque cela vous était adressé, monsieur le président, ainsi qu'à tous les membres du Comité. Dans le fond, c'est simplement pour nous permettre au Comité de recevoir ces personnes comme témoins pour leur donner la chance de se faire entendre, comme on a entendu les dirigeants du musée. Le sens de la motion, ce n'est vraiment que cela. Pour qu'on puisse mettre fin aux écrits de toutes parts, il me semble qu'il faudrait trouver une façon d'arrêter cela, car bientôt, on aura un autre verset de la saga par le musée, qui voudra nous dire que tout cela, ce n'est pas exact, etc.

C'est le sens de la motion suivante:

Que le Comité invite l'Institut professionnel de la Fontion publique à témoigner, afin de faire valoir leur point de vue sur la situation au Musée canadien de la nature.

Le président: Je me permets de poser la question suivante: est–il sensé d'avoir comme témoins, les représentants de PIPS, avant d'avoir lu le rapport Peat Marwick Thorne?

M. Plamondon (Richelieu): Par contre, le problème avec le Musée canadien de la nature, c'est qu'il y a toutes sortes d'allégations publiques.

• 1545

Ou bien cela discrédite les gens qui dirigent le musée, ou bien, si on les entend et qu'on fait la lumière, cela va leur redonner leur crédibilité. Toutefois, entre temps, le Musée canadien de la nature a fait l'objet d'articles très négatifs dans la presse anglaise comme dans la presse française et ce sont toujours des allusions. C'est un document de la Fonction publique qui fait très mal, s'il est véridique. Il y a sans doute une explication qu'ils ont à donner tout comme le musée. Ce document–là suit un autre document de février dernier, je crois, où il y avait eu des interrogations. Ces gens–là n'ont jamais été entendus ici.

Donc, on les entend et suite le président du musée devra peut–être comparaître à nouveau. Il faut absolument que ce musée continue à opérer les mains propres; soit qu'il change de direction ou d'orientation, ou bien que les allégations cessent complètement, que la réputation de ces gens–là soit rétablie afin qu'ils puissent continuer. La motion va dans ce sens–là. Venir ici c'est comme témoigner sous serment. Ils devront arriver avec des faits, des faits concrets, ou arrêter tout simplement de publier de tels documents s'ils ne sont pas capables de les prouver.

[*Traduction*]

Mme Brown (Oakville—Milton): J'ai simplement reformulé.

Le président: Est–ce que nous acceptons l'amendement? Est–ce que cela convient à tous?

L'amendement est adopté

Le président: Y a–t–il autre chose sur la motion ainsi modifiée?

La motion modifiée est adoptée

Le président: Très bien. Voilà pour la première motion.

We will begin with Mrs. Tremblay.

Mrs. Tremblay: This second motion has to do with the document that you no doubt received, since it was addressed to you, Mr. Chairman, as well as to all the members of the Committee. I'm simply trying to allow the Committee to invite these persons as witnesses in order to give them the opportunity to be heard, since we heard the officials of the Museum. That really is the intent of the motion. I would like to be able to put an end to all these written statements since it seems to me that we have to find a way to put an end to it otherwise we will soon get the next part of the Museum saga with officials wanting to appear to tell us that this is not so and that's not right, etc.

That is the intent of the following motion:

That the Committee invite the Professional Institute of the Public Service to appear in order to cast a full light on the allegations of poor management by the officials of that Museum.

The Chairman: I would like to ask the following question: is it really a good idea to hear representatives of PIPS before having read Pet Marwick Thorne's report?

Mr. Plamondon (Richelieu): On the other hand, the problem with the Canadian Museum of Nature is that many public allegations have been made.

It may discredit the Museum officials, or, on the other hand, if they testify, if light is shed on this, they will get back their credibility. However, in the meantime, the Canadian Museum of Nature has been the object of articles that were very negative in the English press as well as in the French press, all these allusions. This is a Public Service document that is very damning, if it is true. They can probably, just as can the Museum, give an explanation. The report follows a February last report I believe, where questions were raised. We never heard that first group.

Therefore, let us hear PIPS, and then, the chairman of the Museum may have to appear again. It is absolutely essential that this Museum continue to operate with no stain on its reputation; either it changes direction or attack, or the allegations cease completely and these people regain their reputation in order to continue. That is the intent of the motion. Coming here is like testifying under oath. They will have to arrive with the facts, concrete facts, or simply stop publishing such documents if they are incapable of proving their allegations.

[*Text*]

On n'a pas besoin de l'autre rapport. L'autre rapport sera utile, mais celui–là aussi.

Le président: Personnellement, je n'ai rien contre la présence de ces témoins–là, mais je le répète, si on n'a pas vu le rapport qui, selon tout ce que j'ai lu, a apporté des réponses à des commentaires faits par le PIPS, peut–être que c'est moins utile que si on avait d'abord lu le rapport et ensuite demandé aux gens du PIPS de venir devant nous. Je ne sais pas ce que les autres en pensent.

D'autres commentaires? *May I have the people's views on this?*

Mme Bakopanos (Saint–Denis): Je partage aussi l'opinion du président, dans le sens qu'on préjuge déjà que, dans le rapport de Peat Marwick Thorne, ce sera clair qu'il y a eu du *mismanagement*. Je préfère qu'on voie le rapport de Peat Marwick Thorne. On en fait la demande et, par la suite, nous avons quand même la liberté d'inviter des témoins. Je vois qu'on n'est pas en train de refuser totalement votre motion, madame Tremblay.

M. Plamondon: Cependant, monsieur le président, plus tôt, vous avez dit vous–même que sans doute le ministre devrait avoir le consentement du Conseil d'administration pour obtenir le rapport de Peat Marwick Thorne. Donc, si l'on veut—et cela m'apparaît être deux choses complètement différentes—connaître un peu plus l'autre côté de la médaille, en attendant de recevoir le rapport, on analyse le *briefing* qu'on a reçu de la direction, le *briefing* qu'on recevra des employés et, ensuite, quand on lira le rapport, on sera encore beaucoup plus éclairé des deux côtés pour pouvoir analyser ce rapport, si jamais on le reçoit.

Je pense qu'il faut faire quelque chose, d'autant plus, que cela ne compromet personne autour de la table. Ce qu'on analyse, ce sont des années passées, des faits des années passées, qui ne touchent ni le Parti libéral, ni le Parti réformiste, ni le Bloc québécois. Donc, on est très à l'aise, comme nouveaux membres du Comité, de tenter de savoir ce qui s'est passé au Musée canadien de la nature.

Dans ce sens–là, interviewer ou entendre ceux qui travaillent dans ce musée m'apparaît élémentaire. Ce sont des gens qui travaillent dans ce musée qui ont fait ce rapport. Donc, ils viennent nous dire: voici ce qu'il nous semble qui ne va pas ou devrait être corrigé. On les écoute, on ne porte pas de jugement. Par la suite, on reçoit le rapport de Peat Marwick Thorne et on demande à la direction de revenir devant le Comité. C'est à l'avantage et du ministre et du gouvernement, et à l'avantage même de notre façon transparente de travailler, il me semble.

Le président: Monsieur Cannis.

Mr. Cannis (Scarborough Centre): Thank you, Mr. Chairman. I can fully empathize with what is being discussed here, but given what we have heard on both sides, I think we should take it one step at a time. Let's have a look at the report first and then pursue afterwards. Why pass judgment? Let's have a look at the report. It does make sense if we take it in that order, and then invite. . .

The Chairman: Certainly, nobody is saying don't have PIPS in; it is only a question of when.

Mr. Cannis: And how.

[*Translation*]

We don't need yet another report. The other report will be useful, but this one also.

The Chairman: Personally, I have nothing against getting these witnesses here, but I repeat, we haven't seen the report yet a report that according to everything I have read, does answer some of the comments made by PIPS. It might be less useful than if we were first to read the report and then ask PIPS to come before us. I don't know what the others think.

Are there any comments? D'autres commentaires?

Mrs. Bakopanos (Saint–Denis): I share the Chairman's view in that we are prejudging that the Peat Marwick Thorne report will show clearly that there has been mismanagement. I prefer to see the report first. Let us request it and then, we will still be free to invite witnesses. We are not totally rejecting your motion, Madam Tremblay.

Mr. Plamondon: However, Mr. Chairman, you said yourself, earlier, that no doubt the minister would have to get agreement from the Museum's board of directors to get the Peat Marwick Thorne report. Therefore, if we wish—and this seems to me to be two completely different things—to know a little bit more about the reverse side of the coin, while waiting for the report, we could analyze the briefing given to us by management, the briefing we will get from the employees and then, when we do read the report, we will have a much better idea of both positions for our analysis of the report, if we ever get it.

I think that we have to do something, all the more so because it does not compromise anyone around this table. What is being analyzed are previous years, facts from previous years; we are not touching the Liberal Party, nor the Reform Party, nor the Bloc québécois. Therefore, we are quite free, as new members of this Committee to try to find out what happened in the past at the Canadian Museum of Nature.

For that reason, interviewing or hearing the workers of the Museum seems to me essential. People working in the Museum are the ones who prepared the report. Therefore, let them come and tell us: this is what seems to be broken or what should be fixed. We listen to them, we are not here to judge. Then, we get the Peat Marwick report and we ask management to appear before the Committee. It is to the benefit of the minister and the government, and it is in keeping with the transparent way we work.

The Chairman: Mr. Cannis.

M. Cannis (Scarborough–Centre): Merci, monsieur le président. Je sympathise tout à fait avec ce qui a été dit, mais puisque nous avons entendu les deux parties, je pense qu'il faut procéder une étape à la fois. Regardons d'abord le rapport et ensuite nous irons plus loin. Pourquoi juger? Regardons d'abord le rapport. Il est tout à fait sensé de procéder dans cet ordre et ensuite d'inviter. . .

Le président: Personne ne dit que nous ne devons pas entendre les représentants de l'Institut il s'agit de déterminer quand nous le ferons.

M. Cannis: Et comment.

[*Texte*]

Mr. de Jong (Regina—Qu'Appelle): Do you have any idea when we can have a look at the report?

• 1550

The Chairman: We have just put in a request for it, so it is up to the board to respond to us. As I said—maybe before you arrived—there may be some legal complications, but that is their problem. It might become our problem too, of course.

Are there any other comments on this issue?

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I have a very brief comment about the timing. I certainly concur with what Mr. Cannis and Eleni indicated. The only thing is that we have a bit of time right now to look at the information they would bring forward. In the fall we are going to find ourselves quite caught up in activities of this committee. My concern is that this will end up being brushed aside.

I have to tell you, Mr. Chairman, that I was lobbied heavily by some of the individuals within the Museum of Nature. I specifically took a position not to become overly involved with them on either side of the issue. I've really been waiting to see what action the committee would take as a whole.

Insofar as their disappointment in the lack of action from me, I would really support seeing them while we have the time and can look at the information. I don't think there is that much difficulty with seeing it prior to the report. There may even be an opportunity for a more effective review after we have had input from these people.

The Chairman: I am in your hands. It is really a question of now or later. I don't—

Mrs. Bakopanos: We may end up looking at this all day. Could we vote on it?

The Chairman: We could either vote on this or someone could make a—

M. Plamondon: Je ne comprends pas, monsieur le président. Avant le vote, je n'ai pas entendu un argument qui m'a convaincu de refuser d'entendre les gens qui travaillent dans un musée, qui disent qu'il y a des choses qui ne vont pas, qui veulent venir nous faire partager certaines interrogations et qui ont l'honnêteté de nous envoyer un rapport d'une cinquantaine de pages avant un deuxième rapport. Avons–nous quelque chose à cacher? A–t–on peur de la vérité? A–t–on peur de connaître les faits et qui avons–nous à protéger? Il y a quelque chose qui ne va pas. Ce sont simplement des témoins qui viendront nous dire des choses et, par la suite, on décidera quel sera notre comportement et on pourra faire revenir la direction. On a entendu la direction. Donnez–moi une raison de ne pas entendre les employés qui travaillent dans le musée.

Le président: Madame Cohen, s'il vous plaît.

Ms Cohen (Windsor—St. Clair): It seems to me that there has been a preliminary request for a report that we need in order to assess the information. Once we have that report, which presumably is an objective one since it was created to deal

[*Traduction*]

M. de Jong (Regina–Qu'Appelle): Avez–vous une idée du moment où nous pourrons voir le rapport?

Le président: Nous venons tout juste de demander le rapport et c'est au conseil d'administration de nous répondre. Comme je l'ai dit, peut–être avant votre arrivée, il risque d'y avoir des complications d'ordre juridique, mais ça c'est le problème du Musée. Mais cela pourrait aussi devenir notre problème.

Y a–t–il d'autres commentaires?

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): J'ai un très bref commentaire sur le moment le plus approprié. Je suis d'accord avec M. Cannis et Eleni. Toutefois, il ne faut pas oublier que nous avons un peu de temps actuellement pour examiner l'information qu'on pourrait nous fournir. À l'automne, nous allons nous trouver très pris par les activités de ce comité. Je crains que cette affaire ne risque d'être écartée.

Je dois vous dire, monsieur le président, que j'ai fait l'objet de pressions très soutenues de la part de certaines personnes au Musée de la nature. J'ai pris la décision de ne pas prendre position. J'ai attendu pour voir ce que le comité, dans son ensemble, ferait.

Les représentants de l'Institut sont déçus de mon peu d'intervention et j'aimerais vraiment que nous les entendions pendant que nous en avons le temps et que nous pouvons examiner l'information. Je ne pense pas que cela nuise beaucoup de le faire avant d'avoir le rapport. En fait, nous serons peut–être plus efficaces dans notre examen du rapport si nous avons d'abord entendu les employés.

Le président: Je m'en remets à votre volonté. Il s'agit de déterminer si c'est maintenant ou si c'est plus tard. Je ne sais pas. . .

Mme Bakopanos: Nous allons peut–être nous attarder sur cette question toute la journée. Pourrions–nous passer au vote?

Le président: Nous pourrions soit passer au vote ou quelqu'un pourrait. . .

Mr. Plamondon: I don't understand, Mr. Chairman. Before the vote, I have not heard one single argument that has convinced me to refuse to hear those people who work at the Museum and who say that things are not working out, who want to come before us to share some of their concerns and who have been honest enough to send a 50 page report before a second report. Do we have something to hide? Are we afraid of the truth? Are we afraid of the facts and who are we trying to protect? Something is wrong here. We are simply talking of witnesses who would come to tell us various things and then, we could decide what we are going to do, if we are going to ask management to come back. We have heard management. Give me one reason why we cannot hear the Museum's employees.

The Chairman: Mrs. Cohen, if you please.

Mme Cohen (Windsor—Sainte–Claire): Nous nous sommes entendus sur une première demande pour obtenir un rapport dont nous avons besoin pour évaluer l'information. Une fois le rapport en notre possession, notre premier objectif, je présume,

[*Text*]

with some of the very problems we are anticipating hearing about, it seems to me the best step would be to table this particular motion to hear PIPS until we get an opportunity to dig into the real report that we need.

The Chairman: Is that a commentary or a motion?

Ms Cohen: A motion.

The Chairman: It is a motion to table. A motion tabled I think is not debatable. Is that correct? Can we table to a certain day?

The Clerk of the Committee: We can postpone.

Mr. de Jong: Yes, but that is not like a motion, so there is debate on the postponing motion.

Mrs. Tremblay: Let's get rid of that one before taking another one.

The Clerk: Only if you put a condition to it saying you are postponing it until 6 p.m. on a certain date.

The Chairman: So it can be postponed to a certain date. If somebody does that is it debatable?

The Clerk: No.

The Chairman: In other words, postponing to a certain date is not debatable. Is that what we think the rules are?

Ms Guarnieri (Mississauga East): Mr. Chairman, we have guests here, and while our internal housekeeping matters may be of interest, I think it is rude to keep them waiting.

Louis asks for a reason why we object to their second motion. Maybe the perception will be that this is a jury or a grand inquisition. I think you can return to it. Certainly we can request that they appear before us once we have reviewed the report. I think that makes sense. But I don't think we need to belabour the issue at this time. Perhaps we can proceed with hearing our witnesses and return to this matter at a later date.

M. Plamondon: S'il le faut, un comité doit être inquisiteur. C'est notre rôle de protéger les intérêts des citoyens, c'est notre rôle de savoir la vérité, c'est notre rôle de questionner les gens et de connaître les deux côtés de la médaille. Nous ne sommes pas ici pour parader, entendre des témoins et dire merci d'être venus, c'est tout.

• 1555

Si on pense qu'il y a quelque chose qui ne va pas, il faut chercher à le savoir. C'est notre rôle comme députés de le faire.

Ms Guarnieri: Unlike you, we do not want to prejudge the outcome. I think it makes sense to review the report and then we can huddle again and make decisions.

[*Translation*]

puisqu'il a été rédigé justement pour examiner certains des problèmes mêmes dont on veut nous parler, je pense que la meilleure chose à faire sera de déposer cette motion visant à entendre les représentants de l'Institut jusqu'à ce que nous ayons eu l'occasion de prendre connaissance du rapport dont nous avons besoin.

Le président: Est–ce là un commentaire ou vous présentez une motion?

Mme Cohen: Une motion.

Le président: Donc, vous proposez le report. Ce genre de motion ne peut pas faire l'objet d'un débat. N'est–ce pas? Nous pouvons reporter l'étude de la motion à une date précise?

La greffière du comité: Nous pouvons reporter l'étude de la motion.

M. de Jong: Ce n'est pas comme une motion, donc il doit y avoir discussion sur le report de l'examen de la motion.

Mme Tremblay: Débarrassons–nous de celle–ci avant de discuter de celle–là.

La greffière: Ce n'est possible que si vous assortissez cela d'une condition, à savoir que l'étude est reportée jusqu'à 18 heures, telle date.

Le président: Donc, on peut reporter l'étude à une date précise. Si on le fait, on peut en débattre?

La greffière: Non.

Le président: En d'autres termes, on ne peut pas débattre d'une motion visant à reporter l'étude d'une motion à une date précise. C'est bien ce que dit le Règlement?

Mme Guarnieri (Mississauga–Est): Monsieur le président, nous avons ici des invités, et bien que ces questions de régie interne soient peut–être intéressantes, je pense qu'il serait impoli de faire attendre nos invités plus longtemps.

Louis a demandé pourquoi nous nous opposions à leur deuxième motion. Peut–être parce que nous risquons de donner l'impression que nous sommes un jury ou l'inquisition. On pourra y revenir, je pense. Nous pouvons certainement demander que les témoins comparaissent lorsque nous aurons reçu le rapport. Je pense que ce serait sensé. Mais je ne pense pas qu'il faille nous arrêter plus longtemps sur cette question maintenant. Nous pourrions peut–être entendre les témoins et revenir ensuite à cette affaire à une date ultérieure.

Mr. Plamondon: If need be, a committee must appear inquisitive. Our mandate is to protect the interests of our fellow citizens, it is to discover the truth, it is to question people and to learn about both sides of the coin. We are not simply here to parade, hear witnesses and then thank them for coming.

If we feel that something is wrong, we must try to find out. That is our mandate as MPs.

Mme Guarnieri: Contrairement à vous, nous ne voulons pas préjuger le résultat. Il me semble tout à fait raisonnable d'étudier le rapport et ensuite de nous consulter et de prendre des décisions.

[*Texte*]

Mme Tremblay: On n'est pas en train de préjuger, monsieur, de l'issue de la chose. Il me semble que, nonobstant que le musée nous remette le rapport ou non, cela n'empêche absolument pas le Comité de décider si on entend ou pas l'autre côté de la médaille. Je pense que ce sont deux choses différentes. Il ne faut pas se faire d'illusions. J'ai proposé une motion pour demander le rapport et j'ai accepté avec grand plaisir les amendements qui y ont été faits. Le rapport a été demandé par le conseil d'administration. Donc, c'est encore le point de vue de l'administration qu'on va retrouver dans le rapport.

Ce n'est rien d'autre que cela. Ce qu'on a ici, c'est le point de vue du syndicat et des employés. Je pense que c'est tout à fait légitime; si vous regardez sur le document qui vous a été envoyé,

request by the institute to appear in front of the committee was already ignored. That is the second time these people wanted to come before us. They have produced documents and just want to be heard. That is all they are doing. We are going to listen to them as we have listened to all sorts of people who have come here. I do not see why we have objections just to hearing people.

Mr. Cannis: Mr. Chairman, wouldn't we be in a better position to question these people once we see the report, as opposed to bringing them in first and then seeing the report? Logically, once we read the report we will be equipped to confront them with better questions. I do not think it is a matter of whether we want them in or not; it's a matter of timing and priority.

Mme Tremblay: Donc, si c'est une question de *timing*, on vote sur cette motion, on reçoit le rapport et, ensuite, on les reçoit en audience et c'est réglé. On n'a pas besoin de rediscuter de la question, si c'est cela la question.

Si c'est une question de *timing*, on reçoit le rapport, on en prend connaissance et, après cela, on reçoit les gens. Cependant, la motion aura été adoptée. On peut leur annoncer qu'on les recevra éventuellement lorsqu'on aura pris connaissance du rapport. Là, c'est fait.

Mme Bakopanos: Merci, monsieur le président. Vous êtes en train de présenter un amendement à votre motion. Présentez–le et, dans ce cas–là, on l'acceptera. L'amendement pourrait se lire comme suit: Que, suite à la réception du rapport, on est d'accord, en tant que comme Comité, pour recevoir Peat Marwick Thorne.

M. Plamondon: Sous–entendu que, si le ministre nous refuse le rappport, on les reçoit quand même. On ne peut avoir peur de la vérité.

Mme Tremblay: Cela n'exclut pas la possiblité de les recevoir si jamais on ne veut pas nous donner le rapport.

Le président: Ce n'est pas au ministre de refuser, c'est au musée même. D'accord. Nous avons un amendement.

Mme Bakopanos: Suite à la réception du rapport de Peat Marwick Thorne, le Comité accepte de recevoir. . .

Mme Tremblay: l'Institut professionnel de la fonction publique.

M. Plamondon: Et j'ajouterais: si le conseil d'administration du musée refusait de nous donner le rapport. . .

[*Traduction*]

Mrs. Tremblay: We are not prejudging the outcome. It seems to me that whether the Museum hands over the report or not, nothing can keep this committee from deciding to hear or not the other side of the coin. I think these two things are separate. Let's not delude ourselves. I introduced a motion to request the report and I was very happy to agree to the amendments that were suggested. The report was commissioned by the board of directors. Therefore, we know that in the report, we will find management's point of view.

That's all there is to it. What we have here, is the union and the employees' point of view. I think this is quite legitimate; if you look on the document that they sent us,

l'Institut a déjà à deux reprises demandé à comparaître devant le comité sans succès. C'est la deuxième fois que ces gens demandent à comparaître devant nous. Ils ont préparé des documents et veulent simplement se faire entendre. C'est tout. Nous pourrions les entendre tout comme nous avons entendu toute une variété de témoins. Je ne vois pas pourquoi nous aurions des objections à simplement les entendre.

M. Cannis: Monsieur le président, ne vaudrait–il pas mieux faire venir ces témoins lorsque nous aurons vu le rapport plutôt que de les faire venir d'abord avant d'avoir vu le rapport? Logiquement, une fois que nous aurons lu le rapport, nous serons mieux en mesure de les confronter avec de meilleures questions. Il ne s'agit pas de savoir si nous voulons ou non les entendre; il s'agit de déterminer quand et comment.

Mrs. Tremblay: Therefore if it is a matter of timing, we vote on this motion, we get the report and then, we hear the witnesses and that's that. We don't have to go over this matter again if that was the point.

If it is a matter of timing, we get the report, we delve into it and then, we hear the witnesses. However, the motion will have been agreed to. We will therefore be able to tell them that we will eventually hear them, once we have looked into the report. Then, it will be done.

Mrs. Bakopanos: Thank you, Mr. Chairman. You are introducing an amendment to your motion. Present it and we will agree to it. The amendment could say: that following receipt of the report, we as a committee agree to hear Pete Marwick Thorne.

Mr. Plamondon: And it is understood that if the Minister refuses to give us the report, we will still hear them. We must not be afraid of the truth.

Mrs. Tremblay: Thus, the possibility to hear them would not be excluded if we can't get the report.

The Chairman: It is not up to the Minister, it is up to the Museum. Fine. Therefore we have an amendment.

Mrs. Bakopanos: Following receipt of the Peat Marwick Thorne report, the committee agrees to hear—

Mrs. Tremblay: The Professional Institute of the Public Service.

Mr. Plamondon: And I would add: should the board of directors of the Museum refuse to give us the report—

[*Text*]

Mme Tremblay: l'Institut serait reçu quand même.

Mme Bakopanos: Monsieur Plamondon, vous avez encore préjugé à l'avance. . . Oui, mais on va avoir l'occasion d'en discuter encore.

M. Plamondon: Donc, ce n'est plus cela.

Mme Bakopanos: Non, non.

Le président: Vous allez encombrer cette pauvre motion d'amendements. On pourrait tout simplement revenir dès qu'on aura reçu la réponse.

Mr. Plamondon: We want to receive the report first. We will not have to receive this witness again, but if we cannot have the report we will not receive the witness.

The Chairman: No, no.

Mr. Plamondon: That is what you said.

Le président: Au cas où on nous refuse, on reviendra.

M. Plamondon: Je n'ai pas de garantie.

I want to guarantee that we will see the witness.

Mr. Cannis: Mr. Chairman, can we put a timeframe on this? I think there is a rule—

The Chairman: Okay, we have an amendment stipulating that after we have received the report, we will invite these folks. Shall we vote on that amendment now?

Mr. Plamondon: I have a question on that.

Si nous ne recevons pas le rapport à cause du refus du conseil d'administration, que faites–vous?

• 1600

Le président: On va revenir ici réexaminer la question.

M. Plamondon: Il n'y a aucune garantie. Vous annulez donc complètement la deuxième résolution avec cela.

Mme Bakopanos: Non, monsieur Plamondon. Ce n'est pas cela, je m'excuse.

Le président: Si vous voulez faire un sous–amendement au cas où. . .

Mme Tremblay: Si on ne reçoit pas le rapport, oui, et que l'Institut soit quand même reçu.

M. Plamondon: Au cas où le conseil d'administration refuserait de nous faire parvenir son rapport, nous recevrions quand même le PIPS.

The Chairman: Okay, we now have a subamendment. Do we vote first on the amendment?

Mrs. Bakopanos: We have to vote first on the subamendment.

The Chairman: Can we have a vote on the subamendment, please?

[*Translation*]

Mrs. Tremblay: The Institute would still be heard.

Mrs. Bakopanos: Mr. Plamondon, you are again prejudging—We will have the opportunity of discussing this again.

Mr. Plamondon: So it's not that anymore.

Mrs. Bakopanos: No, no.

The Chairman: You are going to weigh down the motion with your amendments. We could simply come back as soon as we've gotten the answer.

M. Plamondon: Nous voulons recevoir le rapport d'abord. Il ne sera pas nécessaire de réentendre ce témoin, mais si nous ne pouvons pas obtenir le rapport, nous n'entendrons pas le témoin.

Le président: Non, non.

M. Plamondon: C'est ce que vous avez dit.

The Chairman: If our request is turned down, we will revisit the issue.

Mr. Plamondon: I'm not getting any guarantees.

Je veux une garantie que nous allons entendre le témoin.

M. Cannis: Monsieur le président, pouvons–nous mettre un temps limite à la discussion? Il me semble qu'il y a un règlement. . .

Le président: Très bien, nous avons un amendement qui prévoit que sur réception du rapport, nous allons inviter ces témoins. Est–ce que nous pouvons passer au vote sur l'amendement maintenant?

M. Plamondon: J'ai une question à ce sujet.

If the board of directors refuses to send us the report, what will we do then?

The Chairman: We will come back to see to this matter.

Mr. Plamondon: There are no guarantees. You are in effect cancelling totally the second motion.

Mrs. Bakopanos: No, Mr. Plamondon. I am sorry, but this is not right.

The Chairman: If you want to make a subamendment in case—

Mrs. Tremblay: If the report is not forthcoming, yes, and that the Institute be invited in any case.

Mr. Plamondon: In case the board refuses to make the report available, we would still invite PIPS to appear.

Le président: D'accord, nous avons maintenant un sous–amendement. Est–ce que nous commençons par voter sur l'amendement?

Mme Bakopanos: Nous devons commencer par voter sur le sous–amendement.

Le président: Pouvons–nous voter sur le sous–amendement?

[*Texte*]

M. Plamondon: C'est tellement simple de ne pas avoir peur de la vérité!

Le président: Vous n'êtes pas faciles, vous autres!

We have now a subamendment, the import of which is to say that if our request is refused, we automatically invite these folks to appear.

Subamendment negatived: nays 6; yeas 3

Mr. de Jong: Mr. Chairman, on a point of order, I would like the record to show that if I had the ability to vote, I would have voted in favour of the subamendment.

The Chairman: Thank you. Now we proceed to the—

Mr. Plamondon: A point of order.

Cela ne nous donne absolument plus rien de voter sur la résolution, puisque cela annule la deuxième. Il y en avait une où on devait recevoir le rapport et on l'a déjà votée. Maintenant, on dit qu'on recevra les témoins si on reçoit le rapport.

Le président: Si on ne reçoit pas le rapport, on peut toujours revenir sur la question.

M. Plamondon: Votez–la quand même! On s'en rappellera. Ce sera inscrit que des gens hésitent, ici. C'est quand même noté que vous hésitez à recevoir ces gens qui demandent officiellement à vous rencontrer.

Mme Bakopanos: Ce n'est pas vrai.

M. Plamondon: Oui, c'est cela.

Mme Bakopanos: Non, ce n'est pas vrai du tout. N'allez pas dire des mensonges.

Le président: À l'ordre!

M. Plamondon: Vous refusez de recevoir les gens.

Mme Bakopanos: Non, ce n'est pas vrai.

Le président: S'il vous plaît!

M. Plamondon: Donc, votons pour qu'on les reçoive.

The Chairman: We have an amendment that when we receive the report we will ask these people to appear.

Mme Tremblay: Un autre sous–amendement.

Le président: Un autre sous–amendement?

Mme Tremblay: La réponse du conseil d'administration devrait nous parvenir d'ici deux semaines.

The Chairman: I think we can do only one subamendment at a time.

Mme Tremblay: Pour l'autre, on a voté et il a été rejeté. Il n'existe plus. On est encore sur l'amendement, et j'ai le droit de faire un sous–amendement. Il est très court. C'est pour avoir sa réponse d'ici deux semaines.

The Chairman: I think we have an amendment to vote on now.

Mme Tremblay: C'est un sous–amendement. Le conseil d'administration devrait nous donner sa réponse d'ici deux semaines.

[*Traduction*]

Mr. Plamondon: Not to be afraid of the truth is so simple!

The Chairman: You are being quite difficult!

Nous avons maintenant un sous–amendement qui a pour effet d'inviter automatiquement ces gens–là si notre demande est refusée.

Le sous–amendement est rejeté par 6 voix contre 3.

M. de Jong: Monsieur le président, j'invoque le Règlement. J'aimerais préciser que si j'avais pu voter, j'aurais voté en faveur du sous–amendement.

Le président: Merci. Nous passons maintenant à. . .

M. Plamondon: J'invoque le Règlement.

There is absolutely no point in voting on the motion since it has the effect of cancelling the second one. There was one on the report being made available, and we already voted on this. We are now saying that we will see the witnesses if we are getting the report.

The Chairman: If we are not getting the report, we can always come back to this.

Mr. Plamondon: Let's vote anyway! We will remember. The record will show that people were undecided. The record will show that you were not too sure that you wanted to see people who officielly wanted to meet with you.

Mrs. Bakopanos: It is not true.

Mr. Plamondon: It certainly is.

Mrs. Bakopanos: No, absolutely not. You shouldn't tell lies.

The Chairman: Order please!

Mr. Plamondon: You are refusing to see people.

Mrs. Bakopanos: No, this is not true.

The Chairman: If you please!

Mr. Plamondon: In that case, let us vote so that we can see them.

Le président: Nous avons un amendement: lorsque nous recevrons le rapport nous demanderons à ces gens–là de comparaître.

Mrs. Tremblay: Another subamendment.

The Chairman: Another subamendment?

Mrs. Tremblay: We should get the answer of the board within the next two weeks.

Le président: Nous ne pouvons étudier qu'un seul sous–amendement à la fois.

Mrs. Tremblay: The other one has been voted on and defeated. It no longer exists. We are still on the amendment, and I am entitled to table a subamendment. It is very short. We want to see an answer within two weeks.

Le président: Je crois que nous devons voter sur l'amendement.

Mrs. Tremblay: It is a subamendment. The Board of Directors should give us an answer within the next two weeks.

[*Text*]

Le président: C'est peut–être moins réaliste d'insister sur une période de 15 jours.

We can vote on that—

An hon. member: We cannot speak for them.

The Chairman: We can vote on the subamendment, which puts a two–week time–limit on it.

Mme Tremblay: Écoutez, je veux bien qu'on discute un peu d'une limite de temps, mais vous pouvez toujours dire: «Je n'ai pas eu le temps d'écrire» et on attendra le rapport qui viendra au mois de juin, dans un an!

M. Plamondon: On refuse de recevoir les gens en se défendant là–dessus.

The Chairman: Unless you are prepared to say *quinze jours* or something like, we have to go to the amendment.

The amendment is that after we have received the report we will ask these people to appear.

Amendment agreed to: yeas 6; nays 2

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I am abstaining. It is quite hopeless.

The Chairman: Then we have the main motion itself, as amended. All those in favour of the motion presented by Madam Tremblay as amended by Madam Bakopanos?

• 1605

M. Plamondon: Quelle est la motion principale? Lisez la motion principale.

Mme Bakopanos: D'accord, je vais la lire:

Suite à la réception du rapport de Peat Marwick Thorne, le Comité invite l'Institut professionel de la Fonction publique. . .

et on continue avec la motion de M^me^ Tremblay.

M. Plamondon: D'accord. C'est là qu'on va présenter un amendement? Si d'ici deux semaines nous n'avons pas reçu le rapport, nous procédons à l'audition du témoin.

Le président: Deux semaines.

M. Plamondon: Pour qu'on les voit; avant de partir, qu'on règle cela pour le mois de septembre.

Mme Bakopanos: On a le droit quand même de tenir des réunions additionnelles, monsieur Plamondon et madame Tremblay. On n'est pas obligé de tenir juste deux réunions par semaine. C'est pour cela que je dis que—

M. Plamondon: Non, non, je sais.

Mme Bakopanos: . . .votre débat—

M. Plamondon: Oui, mais dans deux semaines. . .

Mme Bakopanos: . . .concernant l'échéancier—Pour moi, cela n'a aucune valeur, car notre Comité peut quand même décider pendant l'été. . .

[*Translation*]

The Chairman: It may not be quite realistic to insist on a 15–day deadline.

Nous pouvons voter sur. . .

Une voix: Nous ne pouvons pas parler pour eux.

Le président: Nous pouvons voter sur le sous–amendement qui impose un délai de deux semaines.

Mrs. Tremblay: Listen, we can always discuss the matter of a deadline, but you can always say, «I haven't had time to write» and in the meantime, we will be waiting for a report for a month or for a year!

Mr. Plamondon: This is an excuse not to receive people.

Le président: Si vous n'êtes pas prêts à fixer un délai de quinze jours, par exemple, nous devons voter sur l'amendement.

D'après l'amendement, lorsque nous aurons reçu le rapport nous demanderons à ces personnes de comparaître.

L'amendement est adopté par 6 voix contre 2.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je me suis abstenue. À mon avis, c'est tout à fait sans espoir.

Le président: Nous avons maintenant la motion principale, telle que modifiée. Tous ceux qui sont en faveur de la motion présentée par M^me^ Tremblay, telle que modifiée par M^me^ Bakopanos?

Mr. Plamondon: Which is the main motion? Read the main motion.

Mrs. Bakopanos: Alright, I'm reading it:

Following receipt of the Peat Marwick Thorne report, the committee agrees to hear the Professional Institute of the Public Service. . .

and then we go on with Mrs. Tremblay's motion.

Mr. Plamondon: Alright. This is where we make an amendment? If the report is not forthcoming in the next two weeks, we will hear the witness.

The Chairman: Two weeks.

Mr. Plamondon: This way, we will meet them before we leave, and solve this whole thing for September.

Mrs. Bakopanos: Mr. Plamondon and Mrs. Tremblay, we are still entitled to hold additional meetings. Nothing forces us to have only two meetings a week. Therefore, I'm saying that—

Mr. Plamondon: No, no, I know.

Mrs. Bakopanos: —your debate—

Mr. Plamondon: Yes, but in two weeks—

Mrs. Bakopanos: —concerning a deadline—This is totally useless because our committee can still decide during the summer—

[*Texte*]

M. Plamondon: Soyons réalistes? Va–t–on rappeler la Chambre, dépenser l'argent des citoyens. . .

Mme Bakopanos: Ce n'est pas de la Chambre

M. Plamondon: . . .engager du personnel?

Mme Bakopanos: J'ai des réunions du Comité pendant l'été.

M. Plamondon: Oui, mais notre Comité ne siège pas normalement durant l'été. À moins que ce soit un comité spécial et que tout le personnel soit rappelé, pour l'imprimerie, etc., en plein mois de juillet. Voyons, soyons réalistes. En juillet et en août, on ne siège pas. Donc, cela ira en septembre. Si on veut vraiment avancer dans ce dossier–là et clarifier la respectabilité de la direction, etc., il faut que ce soit terminé d'ici 15 jours.

Donc, le rapport, ils l'ont, ils peuvent nous le donner dans les 15 jours s'ils le veulent. Là, on leur dit: donnez–nous le. S'ils nous disent non, dans deux semaines, on entendra les témoins.

The Chairman: We have an amendment. All those in favour of this amendment, which would have the effect of saying that we automatically call the witnesses in two weeks if we have not received the report?

Amendment negatived: nays 6; yeas 2

The Chairman: All those abstaining?—one. They cannot abstain.

La greffière du Comité: Dans les procès–verbaux, cela ne paraîtra pas, mais cela paraîtra dans le compte–rendu des témoignages.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I don't have the right to abstain?

The Chairman: Apparently it will appear on the record that you have abstained but not in the count.

Mr. de Jong: Mr. Chairman, on a point of order, had I been allowed to vote I would have voted in favour of the amendment.

The Chairman: Thank you, Mr. de Jong.

Now we move to the main motion as amended by Madam Bakopanos.

Motion as amended agreed to

The Chairman: I apologize to our guests. I hope you've found this interesting.

Mr. Peter Lyman (Senior Partner, Nordicity Group Limited): Call for specifics first.

The Chairman: It was a tactful choice of an adjective on my part.

We have one other witness, Mr. Kirk. Is he here? No.

Mindful of the fact that we will be summoned by bells at 5:15 p.m. to another place, if not a better one, I would ask Mr. Peter Lyman from Nordicity to introduce himself and his group. I again apologize, and welcome.

Mr. Peter Lyman: Thank you, Mr. Chairman. We have today a brief presentation to make to you. We haven't brought copies, but we're doing it on the overhead projector. We are going to spend a minute or two setting this up. I will begin the introductions and go right into it.

[*Traduction*]

Mr. Plamondon: Let's be realistic. Are we going to call the House back, spend the taxpayers' money—

Mrs. Bakopanos: I'm not talking about the House.

Mr. Plamondon: —hire personnel?

Mrs. Bakopanos: I have committee meetings during the summer.

Mr. Plamondon: Yes, but our committee does not normally sit during the summer. Unless it's a special committee and the staff is called back for printing and so on, right in the middle of July. . . Let us be realistic. We are not sitting in July and August. Therefore, this will have to wait until September. If we really want to make some headway, clarify the credentials of the directors, etc., this has to be done in the next 15 days.

This report, they already have it, they can give it to us within 15 days if they want to. Therefore, we are telling them: give us the report. If they say no, in two weeks we will hear witnesses.

Le président: Nous avons un amendement. Tous ceux qui sont en faveur de cet amendement qui aurait pour effet de nous autoriser à convoquer automatiquement les témoins dans deux semaines si nous n'avons pas reçu le rapport?

L'amendement est rejeté par 6 voix contre 2.

Le président: Abstentions? Une. Ils ne peuvent pas s'abstenir.

The Clerk of the Committee: This will not appear in the minutes but it will be in the evidence.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je n'ai pas le droit de m'abstenir?

Le président: Apparemment, dans le compte rendu des témoignages, on verra que vous vous êtes abstenue, mais pas dans le procès–verbal.

M. de Jong: Monsieur le président, j'invoque le Règlement. Si j'avais été autorisé à voter, j'aurais voté en faveur de l'amendement.

Le président: Merci, monsieur de Jong.

Nous passons maintenant à la motion principale telle que modifiée par M^me^ Bakopanos.

La motion modifiée est adoptée.

Le président: Je tiens à présenter nos excuses à nos invités. J'espère que vous aurez trouvé cet échange intéressant.

M. Peter Lyman (partenaire principal, Groupe Nordicité Ltée): On commence par les détails.

Le président: En choisissant cet adjectif, j'ai fait preuve de tact.

Nous avons un autre témoin, M. Kirk. Est–il là? Non.

Comme le timbre va retentir à 17h15 pour nous appeler à la Chambre, je vais demander à M. Peter Lyman, du Groupe Nordicité, de se présenter et de nous présenter ses collègues. Encore une fois, nous vous présentons nos excuses et nous vous souhaitons la bienvenue.

M. Peter Lyman: Merci, monsieur le président. Nous avons un court exposé à vous faire aujourd'hui. Nous n'en avons pas apporté d'exemplaires, mais nous allons projeter des tableaux. Cela va nous prendre une minute ou deux à organiser. Je vais faire les présentations puis nous pourrons commencer.

[*Text*]

First of all, this is a team effort,

c'est une équipe bilingue donc, on peut répondre aux questions dans les deux langues.

The team is Ms Tandy Yull, myself, and Glenn Suart from NGL. At the overhead projector, because she's the only one mechanically fit to operate it at the beginning, is Tara Rajan of our company.

As I said, this will be a presentation in several parts. I would like to point out that we will be receiving an official translation of the presentation. We will add that to our graphics and make it available to the committee if you see fit.

I think what we have labelled culture and content, the economics of the information highway, ties in with your theme. In the fall, when you look at the alternative financial arrangements for the CBC in a multichannel universe, you will see this does give background that should be useful to you.

• 1610

What we have done is to structure this in two parts. Part one is looking at today's cultural industries and providing you with an overview of the economics of cultural industries as they exist today, as conventionally described. In part two we will proceed into the information highway and try to talk about its structure, its economics and some issues that arise from it, if you look at it from a content point of view. That is why we are going to deal with this in two parts.

We are going to proceed with some overall information and economic data about the content side of culture. Here in the first slide you see the range of cultural industries. You can divide that in different ways, but that is one way we have. It shows most of them in the hundreds of millions—led, though, by daily newspapers, which are some $2.6 billion in revenues. That dwarfs the other cultural industries. It is interesting to note that it's the industry that is least regulated or subject to government intervention in terms of a cultural industry.

The next slide shows that in terms of importance to the economy, in 1971 the arts and culture occupations represented about 1.8% of the labour force. They have climbed in 1991, the latest figures, to show 2.53%, representing some 346,000 people. The sector is becoming more important in proportion to the rest of the labour force in the economy.

At the same time, though, if you track through government expenditures—and this is federal government expenditures on the cultural industries—you see a relative decline in proportion to the overall government budget. It's not too stark a decline, but from 1988–89 down to 1990–91, and I think projecting it to the next year, for which we have seen data available, that trend does continue. In short, the sector is becoming more important and the government is spending relatively less in it.

[*Translation*]

Pour commencer, notre entreprise est un travail d'équipe.

We are a bilingual team, therefore, we can answer questions in both languages.

Dans cette équipe nous avons M^me^ Tandy Yull, moi–même ainsi que Glenn Suart de GNL. Enfin, près du projecteur, parce que c'est la seule qui peut le faire fonctionner au début, M^me^ Tara Rajan, de notre compagnie également.

Comme je l'ai dit, nous allons faire notre exposé en plusieurs parties. Je vous signale qu'une traduction officielle de notre exposé doit nous parvenir d'ici peu; nous l'ajouterons à nos graphiques et nous vous ferons parvenir cette documentation si vous le souhaitez.

À mon avis, ce que nous désignons sous le titre de culture et contenu, les aspects économiques de l'autoroute de l'information, tout cela est lié au thème que vous étudiez. À l'automne, lorsque vous étudierez la situation financière de Radio–Canada dans un univers à canaux multiples, vous trouverez peut–être ces informations utiles.

Nous avons divisé notre présentation en deux parties. Dans un premier temps, nous allons examiner les industries culturelles de l'heure et vous donner un aperçu de leurs aspects économiques, comme on les décrit généralement. Ensuite, dans un deuxième temps, nous passerons à l'autoroute de l'information et tenterons de vous donner une idée de sa structure, de ses aspects économiques et de certaines questions qui se posent du point de vue du contenu. Voilà pourquoi nous avons pensé faire notre présentation en deux volets.

Nous allons commencer par de l'information générale et des données économiques sur l'aspect contenu de la culture. Voici, sur la première diapositive, toute la gamme des industries culturelles. La répartition pourrait se faire de plusieurs façons, mais c'est celle que nous avons choisie. Vous constaterez que la plupart de ces industries ont des revenus de centaines de millions de dollars, et qu'en tête de file, on retrouve les quotidiens dont les revenus se chiffrent à quelque 2,6 milliards de dollars. Cela diminue l'importance des autres industries culturelles. Il est intéressant de noter que c'est cette industrie qui est la moins réglementée et la moins assujettie à l'intervention gouvernementale de toutes les industries culturelles.

La diapositive suivante révèle qu'en 1971, les arts et la culture occupaient environ 1,8 p. 100 de la main–d'oeuvre. En 1991, les derniers chiffres disponibles font état d'une augmentation à 2,53 p. 100, soit quelque 346 000 personnes. Le secteur prend de l'importance, proportionnellement aux autres secteurs d'emplois de l'économie.

Par contre, en même temps, si vous regardez les dépenses gouvernementales, et je parle des dépenses du gouvernement fédéral dans le domaine des industries culturelles, vous constaterez une diminution relative par rapport au budget gouvernemental global. Cette diminution n'est pas très marquée, mais elle est évidente de 1988–1989 à 1990–1991. Si nous faisons des projections pour l'an prochain, pour lequel nous avons vu les données disponibles, la tendance se maintient. Bref, le secteur revêt de plus en plus d'importance et le gouvernement y consacre de moins en moins de ses ressources.

[*Texte*]

In this next one, I just want to take you back to those sectors where we started off. If you will recall, daily newspapers was the largest one. Here we have plotted them according to the percentage increase in revenues in the last five years, or rather 1987 to 1992, in terms of data availability. The one that has climbed the most rapidly is pay and specialty television services, which has gone up 150%, obviously from a much smaller base, and that has been the high-growth industry.

The next ones are record production. . .film distributors represent some of the content side. They have also grown in five years by a little over 80%. Basic cable has grown over this period, and funnily enough, you might see that CBC's revenues have also grown quite rapidly over this period, mainly due to the aggressive nature of the CBC in going after advertising revenues.

I will not go through all of them, but if you look at the other end of the spectrum you will see daily newspapers, private radio, periodical publishers and private television. Those are some of the largest industries, and you would have to say relatively mature, and they are barely keeping pace with inflation, which over that time was 21%. You see at the far end, periodical publishers are at 22%, so it barely kept pace with inflation.

That shows you a bit of the shifts taking place within the cultural industries as time goes on.

I will now pass it over to Glenn, who will take you into the profitability of some of the key sectors.

Mr. Glenn Suart (Consultant, Nordicity Group Limited): Thank you, Peter.

This graph has earnings, before interest and taxes, as a percentage of revenue for three industries: private television, private radio and specialty. It's an indicator of the general health of the industry. The bottom line is radio. It was quite healthy in the late 1970s but declined throughout the 1980s and is at a very low level in 1991. Television was doing very well up to the mid-1980s, and it is also coming to a sharp decline. At roughly the same time specialty services were introduced and they have maintained a fairly high EBIT level. You can see why some of the conventional broadcasters were quite interested in getting into the new specialty services.

[*Traduction*]

Dans cette diapositive-ci, j'aimerais vous ramener aux secteurs avec lesquels j'ai commencé. Vous vous rappellerez que c'étaient les quotidiens qui étaient les plus importants. Ici, nous avons préparé un tableau selon les pourcentages d'augmentation des revenus au cours des cinq dernières années, ou plutôt de 1987 à 1992 en nous fondant sur les données disponibles. Ce sont la télévision payante et les services spécialisés qui ont connu la plus grande croissance, soit 150 p. 100, à partir d'une plus petite base mais c'est tout de même l'industrie à croissance élevée.

Ensuite, il y a la production de disques. . . les distributeurs de films représentent une partie de l'aspect contenu. Ils ont également connu une croissance d'un peu plus de 80 p. 100 au cours des cinq dernières années. Le service de base du câble a pris de l'expansion au cours de cette période et, fait assez étonnant, vous pouvez constater que les revenus de Radio-Canada ont également connu une croissance rapide au cours de cette période, attribuable surtout au dynamisme des tentatives de Radio-Canada pour obtenir des recettes publicitaires.

Je ne vais pas vous présenter toutes les diapositives, mais si vous regardez à la droite de la diapositive, vous verrez les taux de croissance les plus faibles dans les quotidiens, la radio privée et les périodiques ainsi que la télévision privée. Ce sont certaines des plus grandes industries, qui ont atteint un niveau de maturité, mais ce secteur arrive à peine à suivre l'inflation qui au cours de cette période était de 21 p. 100. Vous pouvez voir que tout au bout, les maisons d'édition des périodiques sont à 22 p. 100, et donc à peine autant que l'inflation.

Cette situation révèle une évolution au sein des industries culturelles.

Je vais maintenant céder la parole à Glenn qui vous parlera de la rentabilité de certains secteurs clés.

M. Glenn Suart (consultant, Groupe Nordicité Ltée): Merci, Peter.

Ce tableau présente les bénéfices avant intérêt et impôts, comme pourcentage des revenus des trois industries: la télévision privée, la radio privée et la télévision spécialisée. C'est un indicateur du bien-être global de l'industrie. La ligne du bas représente la radio. À la fin des années soixante-dix, elle se portait très bien, mais il y a eu un déclin pendant toutes les années quatre-vingt pour atteindre un niveau très bas en 1991. Pour sa part, la télévision s'est très bien portée jusqu'au milieu des années quatre-vingt, après quoi on a enregistré une baisse importante dans ce secteur également. À la même époque approximativement, les services spécialisés sont arrivés et ont enregistré des recettes, avant intérêt et taxes élevées. Il n'est pas difficile de comprendre que certains radiodiffuseurs conventionnels se soient intéressés à ces nouveaux services spécialisés.

• 1615

Ms Brown (Oakville—Milton): Did you say earnings as a percentage of revenue?

Mr. Suart: Earnings before interest and tax—profits, basically.

This chart is an example of another change in the economics of broadcasting. In Quebec, for example, talent earned its income from public broadcasters, private broadcasters, and independent producers. In 1983, 69% of talent's income

Mme Brown (Oakville—Milton): Avez-vous parlé des bénéfices sous forme de pourcentage des revenus?

M. Suart: Les bénéfices avant les intérêts et les impôts: les bénéfices en fait.

Sur ce tableau on voit un autre changement dans la réalité économique de la radiodiffusion. Au Québec, par exemple, les artistes gagnaient leur vie grâce aux radiodiffuseurs publics, aux radiodiffuseurs privés et aux producteurs indépendants. En 1983,

[*Text*]

came from public broadcasters. By 1993 this had dropped to 33%. The real reason is that talent was now being paid by the independent producers, which skyrocketed from 11% to 54%. This same pattern also exists in English Canada.

The cable industry is obviously upgrading to be part of the information highway. Cable is very capital–intensive. In the year 1990 it spent $500 million on upgrades. In the next five years they anticipate spending about $1 billion a year on betterments, upgrades, all sorts of facilities, plus digital decoders. That represents approximately $10 per subscriber per month over that time. It is very cashflow–intensive and they don't have the cashflow to cover that. They will need to borrow considerably.

In terms of the economics of the information highway, it will demand that consumers also have to invest in the home. Right now, obviously, telephones and television sets are in virtually 100% of households. VCRs and cable television are in three–quarters of households—that is a good platform for the information highway—but they will need to invest in home computers and digital decoders. Right now home computers are in only 20% of households and digital decoders are not here yet.

Concerning Canadian television program expenditures, traditionally the majority of its funding has come from the public sector, particularly the CBC. However, in the last few years private television has spent a lot, and with the advent of specialty and pay television in the last ten years, they have also contributed. In 1992 specialty contributed $91 million to Canadian television program expenditures. Eight new services were licensed yesterday. In their first year those new services will contribute an additional $60 million in Canadian program expenditures, and pay TV services will introduce another $3 million. So the private side is growing in terms of Canadian program expenditures.

Once you take out the investors in film and television programming and you take out foreign sources, there are other sources available for the funding of productions—public, which is of course the federal and provincial governments, through Telefilm, the Quebec tax credit program, OFIP, and a variety of others. There are also private funds available, and these private funds are created due to the cable and broadcasting acquisitions. They are not in the same order of magnitude in terms of annual funding levels.

The third is a sort of hybrid. That's the cable fund created by the CRTC, which will start in 1995. It is driven by public policy but is paid for by cable subscribers, so it is a combination of both public and private in a sense.

The Chairman: In what year was it started?

Mr. Suart: It will start in 1995.

[*Translation*]

69 p. 100 du revenu des artistes venait des radiodiffuseurs publics. En 1993, cette proportion était tombée à 33 p. 100. Ce qui s'est passé, c'est que les artistes étaient dorénavant payés par les producteurs indépendants, dont la part est montée en flèche de 11 à 54 p. 100. Ce même schéma existe au Canada anglais.

L'industrie du câble se modernise pour participer à l'autoroute de l'information. Le câble est une industrie qui exige de gros capitaux. En 1990, ce secteur a dépensé 500 millions de dollars pour se moderniser. Au cours des cinq prochaines années, il prévoit d'apporter pour un milliard de dollars d'amélioration et de modernisation, d'installations nouvelles et décodeurs numériques. Cela représente environ 10$ par abonné par mois pendant cette période. C'est un secteur qui exige d'énormes liquidités, liquidités qu'il ne possède pas. Il va devoir emprunter énormément.

Quant aux aspects économiques de l'autoroute de l'information, là aussi, il va falloir que les consommateurs investissent pour s'équiper eux–mêmes. À l'heure actuelle, on le sait, pratiquement tous les foyers ont le téléphone et la télévision. Les trois quarts des foyers ont un magnétoscope et sont abonnés au câble—c'est un bon départ pour l'autoroute de l'information, mais il faudra encore investir dans des ordinateurs domestiques et des décodeurs numériques. À l'heure actuelle, 20 p. 100 seulement des foyers ont des ordinateurs et les décodeurs numériques ne sont pas encore arrivés.

Quant aux dépenses de programmation de la télévision canadienne, traditionnellement, le financement est venu en majeure partie du secteur public et en particulier de la SRC. Toutefois, depuis quelques années, la télévision privée a fait de gros investissements et, avec l'arrivée des canaux spécialisés et de la télévision payante depuis 10 ans, elle a également contribué à la programmation. En 1992, les canaux spécialisés ont consacré 91 millions de dollars à des programmes de télévision canadiens. Huit nouveaux services ont été approuvés hier. Pendant leur première année d'existence, ces nouveaux services consacreront 60 millions de dollars de plus à des programmes canadiens et la télévision payante apportera une contribution de trois millions de dollars. Le secteur contribue donc de plus en plus aux dépenses de programmation canadienne.

Quand on fait abstraction des investisseurs dans la programmation cinématographie et télévisée, quand on fait abstraction des sources étrangères, il reste d'autres sources de financement pour les productions. Je veux parler des sources publiques, c'est–à–dire les gouvernements fédéral et provinciaux par l'entremise de Téléfilm par l'entremise du crédit d'impôt du Québec, l'OFIP, entre autres. Des fonds privés sont également disponibles qui apparaissent grâce aux acquisitions des compagnies de câble et de radiodiffusion. Toutefois, ces niveaux de financement annuels sont loin d'être aussi importants.

La troisième source de financement est une sorte d'hybride. Il s'agit du fonds du câble créé par le CRTC qui doit être mis en place en 1995. Ce fonds est régi par une politique publique, mais financé par les abonnés des compagnies de câble, si bien qu'il s'agit d'une source de financement à la fois publique et privée.

Le président: Quand est–ce que cela a commencé?

M. Suart: Cela doit commencer en 1995.

[*Texte*]

Tara, I guess the next chart is yours.

Ms Tara Rajan (Consultant, Nordicity Group Limited): Royalties are also a relatively large source of income for content producers. In the examples we are showing here, on the left we have retransmission payments, which are dollars funnelled from cable through a number of copyright collectives back to program producers. We have radio and television payments to SOCAN, which in turn funnels money to writers, composers, and authors of music. About 30% or 40% of what is actually collected in Canada remains in Canada and is funnelled back to Canadian content creators.

• 1620

Other revenue royalty streams, such as signal rights or neighbouring rights in audiovisual or sound recordings or home taping levies, could be implemented in the phase 2 revisions to the Copyright Act.

Mr. Lyman: This slide concludes the first part of the presentation, in which I just reiterate a couple of themes. Public sector funds and decisions have a great deal to do with how profitable some of those industries are and how their economic health is. In that first set of slides we were talking about the traditional media structure.

To set you up for the information highway we would like to start with a couple of diagrams that illustrate the traditional media as they are currently structured and media as they will be structured.

If you follow any of the traditional media or theatrical release or cassettes, books, or magazines, they essentially follow a sequential pattern in which you produce and distribute and then they are consumed. They've been in separate media and, as we have shown before, are relatively mature markets.

Now you go to the new media structure, which is the essence of the information highway. You have to start off by realizing that this is going to be turned around quite considerably. It's going to be interactive—and is interactive, and we'll get into the extent of what it is and will be in a few minutes. It's a convergence of the media, rather than their being kept separate, and for the most part the markets have yet to be created.

The difference between the two in terms of the network architecture is that in this case you have content providers that are somewhat divorced from those who are packagers and service providers. Because it is interactive you must have a mechanism to keep track of payments and transactions and to handle the transactions. So from a network architecture point of view it's quite different, all feeding into the home terminal, whether that will be a television, a PC, or a combination thereof. There is quite a difference in the information highway content production and delivery, compared to the traditional one.

[*Traduction*]

Tara, le tableau suivant vous revient.

Mme Tara Rajan (expert-conseil, Groupe Nordicité Ltée): Les redevances sont également une source de revenus relativement importante pour les producteurs. Dans les exemples que nous vous montrons ici, sur la gauche vous avez les droits de retransmission, des sommes qui reviennent aux producteurs en passant d'abord par les compagnies de câble et ensuite par un certain nombre de coopératives de droits d'auteur. Nous avons les versements de la radio et de la télévision à la SOCAN qui, de son côté, renvoie cet argent aux écrivains et aux compositeurs de chansons et de musique. De 30 à 40 p. 100 des sommes recueillies au Canada restent au Canada et reviennent aux créateurs qui sont à l'origine du contenu canadien.

Il y a d'autres courants de redevances, comme les droits d'émission ou les droits de voisinage pour les enregistrements audiovisuels ou sonores ou pour les enregistrements domestiques qui pourraient être appliqués dans la phase 2 des révisions à la Loi sur le droit d'auteur.

M. Lyman: Ce graphique termine la première partie de notre exposé et reprend deux idées principales. Les fonds et les décisions du secteur public ont une incidence considérable sur la rentabilité et la santé économique de ces industries. Dans cette première série de diapositives, nous vous avons montré la structure des médias traditionnels.

Pour vous préparer à l'autoroute de l'information, nous allons commencer par deux diagrammes qui illustrent la structure actuelle des médias traditionnels et qui donnent une idée de leur structure future.

Si vous regardez comment les choses se passent dans les médias traditionnels, dans les milieux théâtraux, les cassettes, l'édition de livres ou de magazines, dans tous ces cas, on suit un ordre donné qui commence par la production, puis la distribution et qui aboutit aux consommateurs. Comme nous vous l'avons montré tout à l'heure, tous ces secteurs appartiennent à des médias différents et ce sont des marchés relativement anciens.

Si vous considérez maintenant la nouvelle structure des médias, c'est la base même de l'autoroute de l'information. Pour commencer, il faut se rendre compte que tout cela va beaucoup changer. Tous ces secteurs vont devenir très interactifs, ils le sont déjà, et dans quelques instants nous vous expliquerons à quel point les choses vont changer. Au lieu d'être distincts, tous ces médias vont se regrouper, et dans l'ensemble, il va falloir créer de nouveaux marchés.

La différence entre les deux sur le plan de l'architecture du réseau, c'est que dans ce cas vous avez les gens qui offrent le contenu, et ces gens-là ne sont pas les mêmes que ceux qui acheminent le contenu et qui assurent les services. À cause de la nature interactive du système, il faut un mécanisme pour comptabiliser et effectuer les paiements et les transactions. Ainsi, sur le plan de l'architecture du réseau, c'est très différent, tous ces éléments aboutissant au terminal domestique, qu'il s'agisse d'un poste de télévision, d'un ordinateur personnel ou de plusieurs de ces éléments. Comparé au système traditionnel, le système de production et d'acheminement du contenu à l'ère de l'autoroute de l'information est très différent.

[*Text*]

What makes it difficult to conceive and draw boundaries around the information highway is that if you look at it in terms of continua or of being on both ends of the spectrum, on one hand, you have content that is very entertainment–oriented, such as that in video games and so on, and content that is very information–oriented, let's say for manuals and so on. You can have content anywhere along that continuum.

Then you get another continuum, because when you talk about new media services and the information highway you have content and then you have communications. Shopping and that kind of service is basically part of communications rather than content delivery per se, whereas content, such as accessing programs or data, is at the other end of the spectrum, so to speak.

So you have to keep in mind that the information highway is not easy to define, because of the two continua we have just been talking about.

Tara is about to take over this presentation. We're trying to get into the two aspects, one being television and one being the information side of things.

Ms Rajan: In the evolution of television and video in the near term, there will be the famous 500–channel or 200–channel universe, whatever you want to call it; niche services, which are a lot of specialized and specialty services; time shifting; and electronic program guides to help consumers wind their way through those 500 channels. In the medium term there will be video file service, so it's programming on demand and navigational software to help people make their way through all that's available.

On the economic and policy issues, the first one we call "who is the host packager?". In other words, who puts the content together for consumers, who puts it on the network, who claims responsibility and liability, and who provides the infrastructure? Will it be cable, satellite, wireless, or telecommunications? How will that be combined? Finally, is it broadcasting and therefore subject to section 3 of the Broadcasting Act? With on–demand content, are the video file server and its content subject to regulation? How could it be regulated?

[*Translation*]

Si l'autoroute de l'information est difficile à concevoir et à cerner, c'est que si l'on veut voir les choses comme un continuum, d'une extrémité du spectre à l'autre, on a d'une part le contenu, un aspect axé sur le divertissement, par exemple les jeux vidéo, et d'autre part un contenu axé sur l'information, par exemple les manuels, etc. Le contenu peut se situer n'importe où dans ce grand ensemble.

Il y a ensuite un autre continuum, parce que sur le plan des services des nouvelles et sur le plan de l'autoroute de l'information, il y a d'une part le contenu et d'autre part les communications. Le magasinage et ce genre de service font partie des communications et non pas de l'acheminement du contenu. Par contre, le contenu, comme l'accès aux programmes ou aux données, se trouve à l'autre extrémité du spectre.

Il ne faut donc pas oublier que l'autoroute de l'information n'est pas facile à définir, justement à cause de ces deux grands ensembles dont je viens de parler.

Tara va reprendre l'exposé et nous allons essayer de vous expliquer deux aspects, d'une part la télévision, et d'autre part, l'aspect information.

Mme Rajan: Si l'on considère l'avenir à court terme de la télévision et du secteur vidéo, nous allons avoir le fameux univers des 500 canaux ou des 200 canaux, des services spécialisés qu'on appelle des «niches», le décalage et des guides de programmes électroniques pour aider les consommateurs à s'y retrouver dans ces 500 canaux. À moyen terme, on prévoit l'apparition de services de dossiers vidéo, c'est–à–dire une programmation sur demande, ainsi que des logiciels d'orientation qui permettront aux gens de s'y retrouver dans tout ce qui est disponible.

Quant aux considérations économiques et politiques, nous avons intitulé la première: «Qui est chargé de l'emballage?». Autrement dit, qui est–ce qui organise le contenu pour le livrer aux consommateurs, qui est–ce qui fait parvenir ce contenu au réseau, qui assume la responsabilité, financière et autre, enfin, qui est–ce qui se charge de construire l'infrastructure? Qui se chargera de ces différents aspects, les compagnies de câble, de satellite, de transmission sans fil ou les télécommunications? Comment va–t–on organiser tout cela? Enfin, est–ce qu'il s'agit de radiodiffusion et, à ce tire, est–ce assujetti au chapitre 3 de la Loi sur la radiodiffusion? Les dossiers vidéo sur demande vont–il être considérés comme contenu et, à ce titre, assujettis à la réglementation? Comment pourra–t–on les réglementer?

• 1625

In the near–term 500–channel universe, here are some actual service offerings in the United States. There are 25 of them there. As you can see, they are quite specialized. This could be a foretaste of what we will have in Canada eventually. The services that were just awarded licences yesterday remain fairly broad–casting as opposed to these narrow–cast channels along the lines of romance programming or talk programming or a channel for the "Xers".

Ms Brown (Oakville—Milton): The "Xers"?

Ms Rajan: The generation X crowd.

L'univers des 500 canaux est imminent, et les États–Unis offrent déjà certains services. Pour l'instant, il y en a 25 et, comme vous pouvez le voir, ils sont très spécialisés. Cela pourrait vous donner un avant–goût de ce qui arrivera un jour ou l'autre au Canada. Les canaux qui ont été approuvés hier couvrent des secteurs d'intérêt assez vastes comparés à ces canaux très spécialisés qui offrent exclusivement des programmes romantiques ou des programmes d'interviews ou encore des programmes destinés aux «X».

Mme Brown (Oakville—Milton): Les «X»?

Mme Rajan: Les gens de la génération «X».

[*Texte*]

As we move from the entertainment evolution to the information and database evolution, currently we can already have access to the Internet on a narrow–band or telecommunications basis. We have CD–ROMs and commercial hosts offering databases and combinations of databases. The future is with broad–band new media, a multitude of media that offer access to the Internet and various new media products and services.

Some issues result from the evolution of information and databases. The industry is still small in Canada, and there is a relatively low penetration of computers. Not a lot of people have Internet access. How, then, are we going to convince consumers to want to pay for information they can get for free elsewhere? When we talk about clearing rights and establishing a payment collection system, how are we going to ensure that it is valuable for creators to continue creating in Canada?

Among the liability issues, we would want to look at privacy, issues of ethics, libel, obscenity, and providing a vehicle for advertising or promotion. In other words, as we move from traditional advertising–supported media, how are we going to support the new media on the Internet?

Finally, how are we going to harness our existing information providers to provide content on the information highway? Already some of our traditional media are using new delivery mechanisms. You can get CBC radio on the Internet. It's text, but it is there. Newspapers are offering audiotheque services. Book publishers and writers are using CanCopy to provide a variation of textbooks on demand. Already on the network it's possible to download music compositions.

I will let Peter continue.

Mr. Lyman: As I said at the beginning, we would be doing a kind of overview of the existing cultural industries and then reaching into the information highway in terms of where culture fits.

I think broadly we would conclude that developing Canadian content in traditional cultural industries has been obviously quite difficult and subject to a variety of policy initiatives, funding, regulation over the years, CBC and so on, and that is still being shaped. It is certainly not over and it is not going to disappear as the information highway unfolds. The information highway will bring new content along with it that will be an overlay over what is existing, but that will definitely be the growth side of it.

[*Traduction*]

Au fur et à mesure que nous évoluons du secteur du divertissement au secteur de l'information et des données, il est déjà possible de se brancher sur le réseau Internet sur bande étroite ou en passant par les télécommunications. Nous avons des CD–ROMs et des hôtes commerciaux qui offrent des bases de données et des combinaisons de bases de données. L'avenir est aux nouveaux médias sur bande large, c'est–à–dire à une multitude de médias qui offrent un accès au réseau Internet et à toute une gamme de nouveaux produits et de services.

Avec l'évolution des bases de données d'information, plusieurs questions se posent. Au Canada, c'est encore une industrie restreinte et la pénétration des ordinateurs est relativement faible. Il n'y a pas tellement de gens qui ont accès au réseau Internet. Dans ces conditions, comment allons–nous convaincre les consommateurs de payer pour obtenir des informations qu'ils peuvent obtenir gratuitement ailleurs? Quand on parle de droits de compensation, quand on parle de créer un système de centralisation des paiements, comment faire pour mettre ce système au service des créateurs, de tous ceux qui doivent continuer à créer au Canada?

Sur le plan des responsabilités, il va falloir considérer un certain nombre de questions, comme le respect de la vie privée, les questions morales, la diffamation, l'obscénité, et le médium nécessaire à la publicité ou à la promotion. Autrement dit, au fur et à mesure que nous remplaçons les médias traditionnellement financés par la publicité, comment allons–nous financer les nouveaux médias du réseau Internet?

Enfin, comment allons–nous mobiliser nos sources d'information actuelles et obtenir d'elles le contenu dont nous avons besoin pour l'autoroute de l'information? Parmi les médias traditionnels il y en a qui utilisent déjà de nouveaux mécanismes d'acheminement. Par exemple, on peut prendre la radio de Radio–Canada sur le réseau Internet. C'est le texte uniquement, mais c'est disponible. Les journaux offrent des services audio–techniques. Et les maisons d'édition et les écrivains utilisent le système «CanCopy» pour publier sur demande des variantes de certains manuels. Sur le réseau, il est déjà possible de télécharger des compositions musicales.

Je vais céder la parole à Peter.

M. Lyman: Comme je l'ai dit au début, nous essayons de vous donner une vue d'ensemble des industries culturelles actuelles puis de situer ces éléments culturels dans la future autoroute de l'information.

On pourrait dire pour conclure que l'élaboration du contenu canadien dans les industries culturelles traditionnelles a souvent posé de gros problèmes et a souvent été assujettie à toute une série de facteurs, initiatives politiques, financement, réglementation, intervention de la SRC, etc.; tout cela continue à évoluer à l'heure actuelle. C'est certainement loin d'être terminé, et cela ne disparaîtra pas avec l'apparition de l'autoroute de l'information. Cette autoroute de l'information va nous apporter un contenu nouveau qui viendra se superposer à ce qui existe déjà, mais qui constituera sans aucun doute le nouveau secteur de croissance.

[*Text*]

The first conclusion is that it has been difficult in the past, but developing and distributing Canadian content for the information highway will be even more challenging in the future, because we have to resolve a lot of issues as we go along. We don't have the answers; we just have some of the questions.

For example, just sorting out who is going to pay for the content, how do you get advertising and promotion into it? How are you going to pay for the use? How are you going to pay the rights holders? A whole series of copyright issues come into it. Sorting out overlapping deregulatory regimes... The telecom people say in effect, let's do away with section 3 of the Broadcasting Act because it makes more sense. You have that kind of clash between the two regimes. In providing roles for Canada's existing content developers, where do the broadcasters go, where do the book publishers and the magazine publishers go in terms of new content?

Then there is sensitizing the new stakeholders. We did not have to deal with telephone companies and the computer industry in previous dealings in terms of culture. Now we do. It is trying to get them to move toward being more sensitive to Canadian content.

• 1630

Anyway, Mr. Chairman, that is a brief overview for your consideration.

The Chairman: Thank you.

I think we have Mr. Kirk with us. Why don't you join us at the table?

Given the lack of time, I propose that we flow right into Mr. Kirk. I would like to have Mr. Kirk talk to us and then we can ask questions of all those who are before us. In that way we can arrive at the magic hour of 5:15 p.m. and try to entertain all of our guests with justice.

Welcome, Mr. Kirk. I think it makes a very fitting segue that you should be able to tell us a little bit about who is going to finance all this stuff and what the markets think of it.

Mr. Douglas Kirk (Vice–President and Director, Equities Research, Burns Fry Limited): I have handed out some presentation materials. I just wanted to make some preliminary comments on the information highway. You have all probably heard enough about it—maybe too much about it—but I put some slides together. We can discuss them and some analysis that we have done on the broadcasting industry in Canada, and then we can address any questions you might have regarding financing.

The first part is the evolution of telecommunications technology. It's on the second page of the hand–out, so I will move right into those on the third page.

[*Translation*]

La première conclusion à en tirer est que si les choses ont été difficiles par le passé, le défi que représentera dorénavant l'élaboration et la distribution du contenu canadien à l'ère de l'autoroute de l'information sera encore plus formidable. En effet, nous allons avoir beaucoup de problèmes à résoudre. Nous n'avons pas de réponse; jusqu'à présent nous avons seulement trouvé quelques questions.

Par exemple, il va falloir déterminer qui va payer le contenu, comment la publicité et la promotion vont trouver leur place, comment va–t–on faire pour faire payer les usagers, comment les détenteurs de droits vont–ils se faire payer? Sur le plan du droit d'auteur, beaucoup de questions se posent. Il va falloir démêler divers régimes de déréglementation qui se chevauchent... Les gens des télécommunications voudraient qu'on supprime l'article 3 de la Loi sur la radiodiffusion car ce serait plus logique. Il va y avoir ce conflit entre les deux régimes. Quant aux rôles futurs des promoteurs du contenu canadien, quel sera la place des radiodiffuseurs, celle des éditeurs de livres et de magazines etc.?

Vient ensuite la nécessité de sensibiliser les nouveaux groupes d'intérêt. Jusqu'à présent, quand on parlait de culture, on n'avait pas besoin de s'inquiéter des compagnies de téléphone ou des compagnies d'ordinateur. Aujourd'hui, c'est différent. Tous ces gens–là, il va falloir les sensibiliser aux réalités du contenu canadien.

Voilà donc, monsieur le président, le court aperçu que nous voulions vous présenter.

Le président: Merci.

Je crois que M. Kirk est là. Pourquoi ne venez–vous pas vous joindre à nous à la table?

Etant donné le peu de temps dont nous disposons, je propose que nous entendions aussitôt M. Kirk. Je voudrais que M. Kirk nous fasse d'abord son exposé, puis nous pourrons interroger tous les témoins que nous avons devant nous. Ainsi, nous pourrons nous éclipser comme prévu à 17h15 sans qu'aucun de nos invités ne se sente négligé.

Vous êtes le bienvenu, monsieur Kirk. Il est tout à fait logique, après l'exposé que nous venons d'entendre, que vous veniez maintenant nous parler un petit peu de ceux qui financeront toutes ces activités et de ce qu'en pensent les marchés.

M. Douglas Kirk (vice–président et directeur, Recherches en participation, Burns Fry Limitée): Je viens de faire distribuer les documents dont je me servirai. Je veux tout d'abord faire quelques remarques préliminaires au sujet de l'autoroute de l'information. Vous en avez tous beaucoup entendu parler déjà—peut–être un peu trop—, mais je tiens quand même à vous présenter quelques diapositives. Nous pourrons en discuter et je pourrais aussi vous parler de certaines études que nous avons faites sur le secteur de la radiodiffusion au Canada, puis vous pourrez me poser toutes les questions que vous voudrez sur le financement.

Dans la première partie du document que je vous ai fait remettre, je décris l'évolution de la technologie des télécommunications. Les différentes étapes sont énumérées à la deuxième page du document. Je passe maintenant à la troisième page.

[*Texte*]

With this I wanted to depict a couple of transitions between the communications technologies. At the top of the page is a slide entitled "Old Phone". That depicts the state of the telephone network about 10 or 15 years ago, when the core of the network was analogue switched, the connections between the switches were large trunk cable copper wire, and the distribution network to all the homes in that network were copper wire, analogue-based technology. That phone network was designed to be a narrow-band network star architecture, so any point on the network could talk to any other point on the network. It was very functional in that sense, but it was a very low-capacity transmission system.

The current phone network has seen a lot of change in the centre of the network. I would draw your attention to the switches, which are now digital. The switches are linked by fibre trunk cable transmission paths, but the architecture remains basically unchanged. The distribution part of the network, all the homes and points around the outside of the network, are still connected through analogue copper technology and a narrow bandwidth. It's still functional in that you can have a discrete path between any points on the network, but its major disadvantage remains that it is a narrow-band system.

I would like to do a similar process with cable. The old cable system was pre-1980. In its original conception, the cable network was designed as a remote TV antenna. On the pre-1980 basis, it was basically a tree-and-branch type of architecture, where signals were put in at the head of the network and carried down the trunk and distributed to a number of points. These networks got to be quite large, with some covering hundreds of thousands of subscribers, but they were not very functional because they were unidirectional. You put a signal in at one end and distributed it around to all the other points on the network. There was very little functionality in it, but it was a very high bandwidth situation. It could carry lots of signals and information.

• 1635

What has evolved in the cable networks now—and this is on the second page of slides, with the title "Current Cable"—is that the cable industry has replaced its analogue system with a fibre-ring architecture. That is depicted by those two concentric rings. That's a digital fibre-based system.

I noticed that Peter was talking about the massive capital expenditures being put into cable. Much of the investment is going toward this type of network build. Fibre optics have really replaced the coaxial trunk system. The ring architecture provides

[*Traduction*]

Ici, j'ai voulu démontrer quelques-uns des changements qui se sont opérés dans les technologies des communications. Au haut de la page, vous voyez un graphique qui représente l'ancien réseau téléphonique. Il s'agit du réseau téléphonique d'il y a dix ou quinze ans: la commutation était généralement de forme analogique, les commutateurs étaient reliés entre eux par de gros câbles interurbains de fil de cuivre et la transmission aux divers foyers branchés sur le réseau se faisait au moyen d'une technologie analogique utilisant le fil de cuivre. Ce réseau téléphonique était destiné à former une architecture en étoile avec transmission sur bande étroite, de sorte que chacun des points de distribution pouvait être en communication avec chacun des autres points du réseau. Le réseau était très fonctionnel, mais sa capacité était très limitée.

Le réseau téléphonique actuel présente beaucoup de changements, comme vous pouvez le voir au centre du graphique, par rapport à l'ancien réseau. J'attire tout particulièrement votre attention sur les commutateurs, qui sont maintenant numériques. Les commutateurs sont reliés entre eux par des circuits de transmission sur câble interurbain de fibre optique, mais l'architecture demeure essentiellement inchangée. Les divers points de distribution qui forment le réseau, c'est-à-dire les foyers et points qui forment la périphérie du réseau, sont toujours reliés par une technologie de transmission analogique sur fil de cuivre et sur bande étroite. Le réseau est toujours fonctionnel en ce sens qu'il permet à chacun des points de distribution d'être en communication avec chacun des autres points du réseau, mais le principal inconvénient est qu'il s'agit toujours d'un réseau à bande étroite.

Je veux maintenant faire une comparaison semblable pour le réseau de transmission par câble. L'ancien réseau date d'avant 1980. Dans sa conception initiale, le réseau de transmission par câble était conçu comme une antenne de télévision à distance. L'architecture était essentiellement celle d'un arbre avec ses différentes branches qui partaient d'un tronc commun, de sorte que les signaux étaient transmis à la tête du réseau et passaient par le tronc pour être ensuite distribués à un certain nombre de points. Ces réseaux de distribution sont devenus très gros, certains reliant des centaines de milliers d'abonnés, mais ils n'étaient pas très fonctionnels parce qu'ils étaient unidirectionnels. Le signal était donc transmis à la tête du réseau, puis il était distribué à tous les autres points du réseau. Le réseau était très peu fonctionnel, mais il avait l'avantage d'assurer la transmission sur une très large bande. Il permettait donc de transmettre beaucoup de signaux et beaucoup d'information à la fois.

Ce qui distingue les nouveaux réseaux de transmission par câble des anciens—et vous voyez cela à la deuxième page des graphiques, sous le titre «Current Cable»—, c'est que le secteur de la câblodistribution a remplacé son système analogique par une architecture en anneau de fibre optique. Il s'agit d'un système numérique à fibre de verre, qui est représenté par les deux anneaux concentriques que vous voyez sur ce graphique.

Peter vous a parlé des dépenses massives en immobilisation du secteur de la câblodistribution. Une bonne partie de ces dépenses sont consacrées à l'édification de ce nouveau système. Les fibres optiques ont remplacé, à toutes fins utiles, le système

[*Text*]

for higher reliability and better quality of signals, specifically redundancy on the network. So if there is a break in the network the whole network doesn't go down. It can be fed in the reverse direction around that.

Where the new network interfaces with the old network, as I have depicted in little rings at the optical receiver sites, those take the signals off the network and use the traditional coaxial distribution system in analogue format to distribute to the households.

This network is currently able to deliver 500 to 600 megahertz of bandwidth. That equates to about 75 to 80 conventional television channels. That has become the state–of–the–art cable system in Canada. There is some rudimentary functionality being built in the network, where you can have some interactive capability feeding back on the network, but clearly that's just at the foundation stage.

You'll see in the middle slide—in the small print you can see "The Information Highway"—really an extension of that architecture, where you are using ring architecture, a higher bandwidth, pushing that network down to very small serving areas, 25 to 50 homes. This provides a massive capacity, up to a gigahertz of bandwidth. Combine that with the new technology of digital video compression and it gets you to the 500–channel universe, up to 500 equivalent channels with compression, down to very small serving areas. It can be an interactive network operating in the digital format.

This is really where I see, as I try to explain to my clients, the information highway being created. It's not here yet. We still have approximately, I would say, five to ten years of construction to implement this system. This is from the cable point of view.

From the telephone companies' point of view, you have no doubt heard about the "beacon initiative". That's the equivalent, in telephone company lingo, of going to that system. But it really is a system where phone traffic, video traffic and all types of things we haven't even contemplated yet, the data transmission types of services, can be taken down to a digital format and routed around to us on this network.

From that point of view, that's all I will say about the technology. Suffice it to say, everyone is very interested in it. It will take a lot of capital to reach that platform in Canada.

At this point I think the cable companies have made substantial progress in building that, and probably are a little bit ahead—I would say probably two to three years ahead—of the phone companies at this stage in being able to deliver this type of system to the households.

At the moment, the Canadian cable business—and that's down to the final slide on page 3—has been an excellent growth business over the past decade. Revenue growth has been strong. Margins have continued to be very favourable, in the 40% range.

[*Translation*]

de câbles interurbains coaxiaux. L'architecture en anneau assure une plus grande fiabilité et améliore la qualité des signaux, le principal avantage étant la redondance. Ainsi, même en cas de panne, le réseau peut continuer à fonctionner. Les signaux peuvent être transmis dans le sens inverse.

Aux points de connexion entre le nouveau réseau et l'ancien—ce sont les petits anneaux que vous voyez là où se trouvent les récepteurs optiques—les signaux du nouveau réseau sont captés, puis distribués aux divers foyers par le système de transmission analogique classique à câbles coaxiaux.

A l'heure actuelle, le réseau peut transmettre les signaux sur une largeur de bande de 500 à 600 mégahertz, ce qui est l'équivalent de 75 à 80 canaux de télévision classiques. C'est là le plus haut degré que l'on ait atteint dans la transmission par câble au Canada. Le nouveau réseau présente une fonctionnalité rudimentaire en ce sens qu'il offre une certaine capacité interactive de retour des signaux au réseau, mais, de toute évidence, on n'a fait que jeter les bases pour l'instant.

Le nouveau réseau qu'illustre le graphique du milieu—vous pouvez voir en petits caractères «The Information Highway» (l'Autoroute de l'information)—présente aussi une architecture en anneau, mais avec des possibilités élargies en raison de sa largeur de bande plus grande, de sorte que les zones de desserte deviennent très petites, ne comprenant que de 25 à 50 foyers. Il en résulte une capacité énorme, qui peut aller jusqu'à un gigahertz de largeur de bande. Conjuguée avec la nouvelle technologie de la compression vidéonumérique, cette nouvelle capacité permet d'offrir jusqu'à 500 canaux équivalent à de très petites zones de desserte. La numérisation permet d'assurer l'interactivité du réseau.

C'est ce qui permettra, comme j'essaie de l'expliquer à mes clients, de créer l'autoroute de l'information. Nous ne sommes pas encore là. Je dirais qu'il nous faudra encore de cinq à dix ans de travaux pour mettre en oeuvre ce nouveau système, dans le cas de la transmission par câble.

Pour ce qui est de la transmission téléphonique, vous avez sans doute entendu parler de l'initiative «beacon» (phare). C'est l'équivalent, dans le jargon des compagnies de téléphone, de la conversion à ce nouveau système. Grâce au nouveau système, les signaux téléphoniques, les signaux vidéo et toutes sortes d'autres signaux auxquels nous n'avons même pas encore pensé, comme ceux qui permettraient la transmission de données, pourront être numérisés et distribués aux abonnés.

Voilà, en gros, ce que je voulais vous dire au sujet de la technologie. Les nouvelles possibilités suscitent énormément d'intérêt, mais il faudra beaucoup de capitaux pour en assurer la mise en oeuvre au Canada.

Les câblodistributeurs ont déjà fait des progrès considérables dans la construction de ce système, et ils ont sans doute une très légère avance—sans doute de deux ou trois ans—sur les compagnies de téléphone pour ce qui est d'amener cette technologie dans les foyers.

Le secteur canadien de la câblodistribution—comme vous pouvez le voir d'après le dernier graphique de la page 3—connaît une excellente croissance depuis dix ans. Il connaît une forte croissance de ses recettes. Les marges bénéficiaires continuent d'être très positives, se situant autour de 40 p. 100.

[*Texte*]

On the next page—I have it entitled "Cable Stocks"—this is from the beginning of 1991 to the present. I apologize; these pictures get a little small when you shrink them, but the bottom line of that chart is the TSE 300 performance.

The cable stocks as a group have performed extremely well. At the top line is a company called Cogeco; the symbol is CGO. On the second line is Rogers. On the third and fourth lines are Shaw Cablesystems and Videotron.

If you were an investor, you would have had a delightful time over the past three years and made a good return on your investment had you bought the cable stocks at the beginning of that period. I think the outlook for this industry is still quite positive. Without going into great detail, our ten new services licensed yesterday by the CRTC provide another opportunity in fiscal 1995 for the cable companies to provide additional services and continue to increase revenues and operating profits.

We are currently favourably disposed to cable stocks. Without touting them, I think I will move on.

The phone business at the moment is finding the competitive field a little tougher. It has been clearly brought into focus since the deregulation of the long-distance business approximately two years ago. I have put in a couple of slides here on what is happening in the phone business.

Revenue per message is dropping because of competitive pricing. The operating costs are being pushed down in the phone companies. The number of employees per line has been dropping, because of the use of the technology and being forced to be more competitive in providing their business.

That is a very quick snapshot of the technology and a very condensed look at the cable and phone businesses as they sit today.

In preparing for this presentation, I was also asked to devote some time to the performance of the broadcasting industry in Canada. The next few slides deal with that specifically. I will go through them very briefly. We can probably use the time more productively for your questions at the end.

The first slide I have here is on Canadian radio revenue; it shows the growth of radio revenue in Canada in a little over a decade. It is very clear from that graph that radio revenue is somewhat sensitive to economic activity. Clearly in 1982–83 and since about 1990 there has been a period of contraction or softness, a slowing in revenue growth.

I took that radio revenue and divided it by the consumer price index for those periods. . .all scaled from the 1980s equalling 100. You can see that during the periods of recession, 1982–83 and in the early 1990s, radio revenue did not keep up with inflation, so there has been a real contraction in the amount of revenue available.

[*Traduction*]

• 1640

À la page suivante, vous voyez le graphique intitulé «Cable Stocks» (Actions des câblodistributeurs) qui illustre la croissance depuis 1991. Je m'excuse; les graphiques deviennent très petits quand on les réduit, mais la ligne du bas représente le rendement du TSE 300.

Les actions des câblodistributeurs ont, dans l'ensemble, un excellent taux de rendement. La ligne du haut illustre le rendement d'une entreprise appelée Cogeco représentée par le sigle CGO. La deuxième ligne illustre le rendement de Rogers. Les troisième et quatrième lignes sont celles de Shaw Cablesystems et Vidéotron respectivement.

Si vous aviez acheté des actions de câblodistributeurs au début de la période en question, vous auriez eu un excellent rendement sur votre investissement depuis trois ans. Les perspectives d'avenir du secteur demeurent excellentes à mon avis. Sans entrer dans les détails, grâce aux dix nouvelles chaînes qui ont obtenu hier une licence du CRTC, les câblodistributeurs pourront ajouter d'autres services au cours de l'exercice 1995 et continuer à accroître leurs recettes et leurs bénéfices d'exploitation.

Nous considérons que les actions des câblodistributeurs constituent un bon placement. Je ne veux pas me laisser aller à vous en recommander l'achat, alors je poursuis.

Les compagnies de téléphone ont à l'heure actuelle un peu plus de mal à soutenir la concurrence. Cette situation est attribuable, de toute évidence, à la déréglementation de l'interurbain il y a environ deux ans. J'ai inclus dans mon document deux graphiques pour illustrer ce qui se passe dans le secteur de la téléphonie.

Le revenu par message est en baisse en raison des prix qui sont plus compétitifs. Les compagnies de téléphone réduisent leurs coûts d'exploitation et le nombre d'employés par ligne est en baisse à cause, d'une part, des progrès technologiques et, d'autre part, du fait qu'elles doivent être plus compétitives pour conserver leur part de marché.

Vous avez donc là un très bref aperçu de l'évolution de la technologie et une description très succincte de la situation actuelle des câblodistributeurs et des compagnies de téléphone.

Quand on m'a invité à préparer cet exposé, on m'a également demandé d'accorder une certaine attention au rendement du secteur de la radiodiffusion au Canada. C'est ce que j'ai voulu faire dans les quelques graphiques qui suivent. Je vous les explique très brièvement. Il sera sans doute plus utile à mon avis de garder plus de temps pour vos questions.

Le premier graphique montre la croissance des recettes du secteur canadien de la radio depuis un peu plus de dix ans. Il est très clair d'après ce graphique que les recettes du secteur suivent en quelque sorte les cycles d'activité économique. Manifestement, la croissance des recettes dans ce secteur a ralenti en 1982–1983 et elle manifeste de nouveau une certaine faiblesse depuis environ 1990

J'ai pris le total des recettes et je l'ai divisé par l'indice des prix à la consommation pour les périodes visées. . . J'ai fait le calcul par centaines de millions de dollars à partir de 1980. Comme vous pouvez le voir, pendant la récession de 1982–1983 et depuis la récession qui s'est amorcée au début des années 90, les recettes du secteur n'ont pas suivi le taux d'inflation, de sorte qu'il a connu une véritable contraction de ses recettes disponibles.

[*Text*]

On the next slide, I have sketched out the operating margins, the EBIDT—that is, earnings before interest, depreciation, and taxes. I'm sorry about the buzz–words, but we use them all the time. Earnings before interest, depreciation, and taxes—this is basically the operating revenues of the industry, less operating costs before interest, depreciation, and taxes.

You can see very healthy margins in the 1970s. They gave way to margins in the low teens in the 1980s. They suffered a pretty significant downward pressure through the recession in the early 1990s.

• 1645

If you go to the next slide it charts AM and FM revenue. You can see it is two camps really. AM revenue, having peaked in 1989, has been falling across Canada. FM station revenue has been running quite nicely upward and growing. If I apply the same analysis as before, dividing those revenue lines by the CPI and starting in 1986 at a reference point of one, you can see there has been excellent real growth in FM revenue while AM revenue has been in a constant state of decline.

If I look at the margin analysis on the next chart, it is AM and FM EBIDT margins. Through the period from 1986 onward, FM margins have been pretty good, between 15% and 20%, and even through the recessionary period performed reasonably well. However, the AM radio business has seen a decline, actually dropping into a negative or an operating loss position in 1991. It has remained there since.

Part of the reason radio has been affected is that it is very dependent on the local retail advertiser. I tried to depict that on the next slide, where I have radio revenue scaled against retail sales. You can see there is a pretty good correlation. It works pretty tightly together; retail sales and radio revenue really do move together.

In fact, there are some preliminary numbers coming out from the last couple of months as the economy has started to recover. Radio sales are picking up again, market by market. Western Canada and selected markets in Ontario have started to show positive year–over–year performance. It is the best news in a while in the radio business. However, that is a relatively recent phenomenon, over the last couple of months.

I would like to finish with a quick examination of the television business. Television has been a stronger medium. For the Canadian television business, I have done the same kind of tracking from 1980 out. Television revenues have been quite strong through that period. If I do the same analysis, dividing revenue by CPI, on the next page you can see there has been real growth in the television business, save the 1991 year when there was a little retrenchment, but clearly over that period ther

[*Translation*]

Au graphique suivant, vous voyez une ligne qui représente l'évolution des marges d'exploitation—c'est–à–dire les bénéfices avant intérêt, amortissement et impôts. Vous voudrez bien me pardonner ces mots à la mode, mais ce sont ceux que nous utilisons tout le temps. Les bénéfices avant intérêt, amortissement et impôts, ce sont essentiellement les bénéfices d'exploitation du secteur, moins les coûts d'exploitation avant intérêt, amortissement et impôts.

Comme vous pouvez le constater, les marges étaient très acceptables dans les années 70. Dans les années 80, elles n'étaient plus que de 10 à 15 p. 100. Elles connaissent aussi une baisse assez importante depuis la récession amorcée au début des années 90.

Le graphique suivant montre l'évolution des recettes de la radio AM et de la radio FM. Il s'agit, comme vous pouvez le voir, de deux situations très différentes. Les recettes de la radio AM, après avoir atteint leur sommet en 1989, baissent dans toutes les régions du Canada. Par contre, les recettes des stations FM connaissent une croissance fort acceptable. Si je fais le même calcul que tout à l'heure et que je divise les recettes par l'IPC en prenant 1986 comme année de référence, on constate que les recettes de la radio FM ont connu une excellente croissance réelle tandis que celles de la radio AM sont en baisse constante.

Si vous vous reportez maintenant au graphique suivant, vous verrez les marges d'exploitation avant intérêt, amortissement et impôts de la radio AM et de la radio FM. Tout au long de la période visée, c'est–à–dire depuis 1986, les marges de la radio FM ont été assez bonnes, se situant entre 15 et 20 p. 100, et elles ont même été fort acceptables pendant la récession. Par contre, les marges d'exploitation de la radio AM sont en baisse, et elles sont même déficitaires depuis 1991.

Si la radio a été touchée, c'est en partie à cause de sa forte dépendance à l'égard de la publicité achetée par les détaillants locaux. C'est ce que j'ai essayé de démontrer au graphique suivant, où les recettes de la radio sont mesurées en comparaison des ventes au détail. Comme vous pouvez le voir, la corrélation est assez étroite. L'évolution des recettes de la radio suit d'assez près celles des ventes au détail.

Comme de fait, les chiffres préliminaires indiquent que depuis deux ou trois mois l'économie commence à reprendre du mieux et les ventes de publicité à la radio augmentent elles aussi sur certains marchés. Ainsi, dans l'ouest du Canada et dans certaines régions de l'Ontario, on note un accroissement par rapport à l'année précédente. C'est la première fois depuis longtemps que les nouvelles sont aussi bonnes pour le secteur de la radio. Il s'agit toutefois d'un phénomène assez récent qui n'a commencé qu'il y a deux ou trois mois.

En conclusion, je ferai une analyse rapide du secteur de la télévision, où la performance est plus forte. Je fais une analyse de la télévision canadienne du même genre que celle que j'ai faite pour la radio à partir de 1980. Les résultats sont très solides pour toute la période visée. Si je fais le même calcul que pour la radio et que je divise les recettes par l'IPC, vous pouvez voir à la page suivante que le secteur de la télévision a connu une croissance réelle, exception faite de l'année 1991 où l'on

[*Texte*]

is considerably healthier business from a revenue development point of view than radio.

I think these margins came clear in some of Peter's work. Profit margins in the television business were quite healthy through the 1970s and up to the mid–1980s and have been under some pressure since the mid–1980s. It has substantially recovered because of a number of factors, the two major ones being a flattening in foreign programming costs and a retrenchment, if you will, from the war that was going on in the business in Quebec with the launch of Four Seasons television. The business in Quebec got very competitive and eliminated their margins. That has turned around slightly, and you can see the total industry profit margin performance has turned around.

The last couple of slides depict where shares have gone in total advertising. The television line is on the top in the dotted boxes. That shows that the television share has generally been rising over the past 15 years. Radio, on the other hand, has been declining. It is sort of flat in this period, but generally in a gentle decline over that same period.

• 1650

The very last page shows that the stock performance of the group has generally been lacklustre in the past three years. This is the same period for which we charted the cable companies. The TSE 300 is actually weaving its way through the middle of the group. The stock performance of companies like BNB, CHM.B and WIC.B, being the major listed television and radio broadcasters in Canada, are basically just moving out with the markets, some underperforming and some overperforming slightly.

The only big winner is the line that shoots up to the right–hand side of the page and that is CanWest Global, which was an initial public offering in late 1991. That dotted line kind of starts in mid–air towards the end of 1991. Its stock performance has been quite exceptional. Part of that I have to attribute to a very timely investment in New Zealand and Australia, which has really driven profits, while the Canadian industry has shown slightly improved performance but not spectacularly improved.

That's the way we see it today. We are hopeful that the recovery of the economy will improve the revenue outlook of both radio and television businesses in the upcoming year and that their performance in the equities will improve. However, there certainly hasn't been too much good news in the broadcasting field for the past two or three years.

The Chairman: Thank you very much, Mr. Kirk and Peter Lyman and his team.

Given the shortage of time because of the vote coming up, I think we should get immediately to questions. I propose we start with a round of five minutes each.

[*Traduction*]

note un léger repli, mais, de toute évidence, il a connu des résultats beaucoup plus sains que ceux de la radio pendant toute cette période.

Je crois que cela est ressorti clairement dans ce que disait Peter. Les marges bénéficiaires du secteur de la télévision ont été très saines pendant toutes les années 70 et jusqu'au milieu des années 80, mais elles sont soumises à certaines pressions depuis. Elles ont toutefois regagné pas mal de terrain à cause d'un certain nombre de facteurs, dont les deux plus importants sont le ralentissement du coût de la programmation étrangère et le repli que l'on constate par rapport à la guerre qui avait été déclenchée au Québec lors du lancement de la chaîne Quatre Saisons. La compétition, qui était devenue très intense, avait fait disparaître les marges bénéficiaires. On note toutefois un léger renversement de cette tendance, et il semble que les marges soient maintenant à la hausse pour l'ensemble du secteur.

Les deux derniers graphiques montrent les parts du marché de la télévision et de la radio respectivement. La ligne du haut où vous voyez les losanges en pointillé représente la part de la télévision qui, de façon générale, augmente depuis 15 ans. Par contre, celle de la radio diminue. Elle est plus ou moins demeurée au même niveau depuis quelques années, mais, dans l'ensemble, elle a connu une légère diminution sur la période visée.

La dernière page de toutes indique que le rendement des actions du groupe est, dans l'ensemble, peu reluisant depuis trois ans. La période visée est la même que pour les actions des câblodistributeurs. La ligne qui représente le rendement du TSE 300 s'entrelace avec celles qui représentent l'ensemble du groupe. Le rendement des actions de sociétés comme BNB, CHM.B et WIC.B, soit les principaux diffuseurs et radiodiffuseurs canadiens cotés à la bourse, suit ni plus ni moins l'évolution des marchés, se situant tantôt légèrement en–deça de la moyenne, tantôt légèrement au–dessus.

La seule qui se démarque largement des autres est celle qui est représentée par la ligne que vous voyez monter en flèche à la droite du graphique; il s'agit de CanWest Global, dont les actions ont été offertes pour la première fois au public vers la fin de 1991. Cette ligne en pointillé augmente tout d'un coup vers la fin de 1991. Le rendement des actions a été vraiment exceptionnel. À mon avis, ce succès est attribuable en partie à un placement des plus opportuns en Nouvelle–Zélande et en Australie, qui a vraiment fait monter en flèche les bénéfices de la société, alors que le rendement de l'ensemble du secteur canadien a connu une amélioration légère, mais pas spectaculaire.

Voilà quelle est la situation actuelle. Nous espérons que la reprise économique entraînera une amélioration des recettes tant de la radio que de la télévision pour l'année à venir et que le rendement des actions du groupe s'améliorera. Il n'en reste pas moins que, depuis deux ou trois ans, les bonnes nouvelles sont plutôt rares dans le secteur de la radiodiffusion.

Le président: Merci beaucoup à vous, monsieur Kirk, ainsi qu'à Peter Lyman et son équipe.

Compte tenu du peu de temps que nous avons à cause du vote auquel nous devons participer sous peu, je crois qu'il vaut mieux passer tout de suite aux questions. Je propose que nous commencions par un tour de cinq minutes chacun.

[*Text*]

Madame Tremblay et monsieur Plamondon pour commencer.

M. Plamondon: C'est très complexe. Vous aviez des exposés qui étaient bien préparés. Maintenant, j'aurais bien aimé que vous les ayiez préparés dans les deux langues. Il y a des mots assez compliqués et complexes, même si nous avons une excellente traduction, on aurait pu mieux suivre votre exposé. On nous a dit que les documents qui nous ont été remis en anglais, nous seront remis la semaine prochaine en français. Remarquez que, dans ce pays, on est habitués de vivre en deuxième classe.

Vous comprendrez qu'on ne pourra pas vous faire revenir une deuxième fois. Vous avez vu dans quelles conditions, plus tôt, on a eu de la difficulté à demander de faire passer quelqu'un pour une première fois. Donc, vous faire revenir une deuxième fois serait sûrement encore davantage très compliqué.

Dans tout le débat qu'il y a sur l'autoroute, j'en viens toujours à cette question de disparition de culture, qu'elle soit canadienne ou québécoise, et comment nos auteurs pourront–ils vivre dans cet environnement? Quel soutien du gouvernement voyez–vous nécessaire dans un milieu où il y a 500 chaînes de télévision, et connaissant aussi le pouvoir des Américains qui ne conquièrent plus le monde par la guerre, mais par leur musique—on dit que nous vivons dans la mondialisation «hollywoodienne» et que c'est Hollywood qui dicte tout—, pour réussir à vivre?

Déjà, l'on sait que 75 p. 100 des anglophones au Canada écoutent la télé américaine. Chez les francophones, c'est l'inverse; 70 p. 100 écoutent la télé canadienne–française, mais c'est à cause de la langue surtout. Je pense que s'ils parlaient l'anglais, ils feraient le saut aux canaux américains également. Donc, comment pourrons–nous contrôler les droits d'auteurs, les payer et surtout, y aura–t–il encore des auteurs capables de se rendre là?

The Chairman: Is the future good news or bad news for Canadian content, Peter Lyman?

[*Translation*]

Mrs. Tremblay and Mr. Plamondon to start off with.

Mr. Plamondon: This is all very complex. Your presentations were very well done. However, I would have liked for you to present them in both languages. It would have been easier for us to understand you, because the vocabulary is fairly complicated and complex, although we do have excellent translation services. We have been told that the material which was distributed in English would be sent to us in French next week. Of course, we're used to be in second class in this country.

You will understand that we will not be able to have you come back before us a second time. You saw how difficult it was earlier to have another group appear even once. So, it would definitely be even more complicated to have you come back a second time.

In all this debate about the information highway, I always come back to this question of the disappearance of our culture, whether it be Canadian or Quebec culture, and I wonder how our creators will be able to make a living in this environment. How much government support would they need in a 500 channel environment, especially when our American neighbours are concurring the world not through wars anymore, but through their music—it is said that we are living in the era of Hollywood globalization and that everything is dictated to us by Hollywood—in order to survive?

As we know, 75% of English–Canadians are already watching American television. Among Francophones, it's the reverse; 70% of them watch French–Canadian television, but that is mostly because of the language. I think that, if they spoke English, they would also switch over to the American channels. So, how can we control copyright matters to ensure that royalties are indeed paid to our creators, and more importantly, will there still be any creators left to protect?

Le président: Les perspectives d'avenir sont–elles bonnes ou mauvaises pour le contenu canadien, Peter Lyman?

• 1655

M. Lyman: D'abord, je voudrais vous dire qu'on vous offre, à l'Opposition officielle, de faire une présentation dans la langue française, si votre parti politique nous invite. On travaille beaucoup et au dernier moment, on fait toutes nos présentations un peu comme cela, donc c'est difficile de toujours nous préparer dans les deux langues, surtout avec la technologie, les mots, les termes, comme vous venez de le dire.

Je peux répondre à vos questions. Les chiffres indiquent que, en ce qui concerne la télévision anglaise et la télévision française, il y a eu une amélioration, depuis cinq à dix ans dans l'écoute de la programmation canadienne dans les deux langues. Évidemment, la base était beaucoup plus élevée chez les francophones que chez les anglophones, mais toutes les deux ont connu du succès, même pendant les périodes où l'on introduisait de nouveaux canaux. Ces résultats sont dûs à plusieurs facteurs, y compris la politique de Téléfilm, Sogic et du CRTC.

Mr. Lyman: First of all, I would like to say that, given your status of the official Opposition, we would be pleased to give you a presentation in French, if your party were to invite us to do so. We work hard and our presentations usually end up being a last minute thing, so it's always difficult for us to draft them in both languages, particularly because of the technology, the words, the terms, as you just mentioned.

I can answer your questions. According to the data with respect to English language and French language television, there has been some improvement over the last five or ten years in the audience share of Canadian programming in both languages. Obviously, the initial percentage was much higher among francophones than among anglophones, but Canadian programming in both languages has had some success, even during those periods when new channels were being launched. This is due to several factors, including Téléfilm, Sogic and CRTC policies.

[*Texte*]

Cela pourra–t–il continuer dans l'avenir, compte tenu du genre d'univers qu'on a décrit plus tôt? C'est vraiment cela la question. Je pense que pour les prochaines années, on peut toujours, en ce qui concerne la radiodiffusion, faire en sorte de protéger les auteurs et les producteurs de programmation.

À la longue, ce serait plus difficile car on a moins d'outils. Quand il s'agit d'une télévision à la demande, *video on demand*, c'est difficile de dire au consommateur, à l'abonné qu'il faut qu'il regarde telle émission à tel moment. C'est possible de dire au diffuseur de présenter cette programmation à une heure précise, mais quand cela vient d'une banque d'émissions, c'est plus difficile.

Néanmoins, il y a des initiatives publiques qu'on pourrait imaginer, y compris l'investissement dans la production ou dans la créativité comme telle. Aussi, on peut faire en sorte que les diffuseurs de ces programmes puissent, à l'avenir, montrer ou publiciser le fait qu'il y a de la programmation canadienne dans les deux langues. Donc, il y a des outils, mais ce serait plus difficile.

The Chairman: We will have to move along to Jan Brown for the next question.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I just want to say thank you very much, Peter, for the presentation from all of you. I found that in the last pages of your presentation, when you highlighted issues and conclusions, it very much brought together some of the themes we have been looking at over the past few weeks. There was certainly some clarity in terms of perspective, to my mind anyway.

One thing I wanted to ask you about is the phrase, "markets yet to be created". I would like you to explain what you mean by that in terms of the information highway infrastructure development. If we are looking at developing new products and services within the infrastructure of an information highway, and we have all of this accelerating technological support, I guess I have a question as to why all of a sudden we don't really know what our markets are. We are going out there to create them. This is a very large question mark.

I'm not asking really for a definitive answer, but I would like to hear what you have to say about that aspect of the presentation. That was really quite interesting.

Mr. Lyman: I will answer briefly. Maybe Tara would like to answer too.

The big question is the market. No one knows for sure what kind of market there is going to be for all of the interactive services and multimedia and so on. It's just a big unknown. We can imagine there should be a market, but it's just unclear and unproven that there will be a market. That's why I think people are making all kinds of positioning investments and readying for investments, but whether it's going to materialize. . .

[*Traduction*]

Will this trend continue, given the type of environment we were discussing earlier? That really is the question. I think that, over the next few years, we can always find ways to ensure that creators and producers of programs are protected in the area of broadcasting.

In the long term, however, it might be more difficult, since there will be fewer tools at our disposal. When you have video on demand, you can't very well tell consumers or subscribers which programs they should watch which times. You can always tell the broadcasters to provide this programming in a specific time slot, but it becomes more difficult to do that when consumers can select programs from a bank of programs.

However, there are initiatives that could be taken by government, including the decision to invest in production or creativity as such. Also, we could ensure that, in future, these broadcasters are able to publicize the fact that they offer Canadian programming in both languages. So, there are ways of doing it, but it would be more difficult.

Le président: Je dois maintenant céder la parole Jan Brown.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je tiens simplement à vous dire un gros merci, Peter, pour cet exposé que vous avez tous préparé. J'ai trouvé que, dans les dernières pages de votre mémoire, où vous avez fait ressortir les questions qui se posent et les conclusions à en tirer, vous avez certainement jeté de la lumière sur certains des thèmes sur lesquels nous nous penchons depuis quelques semaines. En tout cas, vous m'avez permis d'y voir un peu plus clair.

Je voudrais savoir ce que vous entendez par les marchés éventuels dont vous avez parlé. Je voudrais que vous nous expliquiez cela dans le contexte de l'infrastructure qui devra être mise au point pour l'autoroute de l'information. Si nous envisageons de créer de nouveaux produits et services dans le contexte de l'infrastructure d'une autoroute de l'information et que nous avons tous ces appuis technologiques qui progressent rapidement, je ne peux faire autrement que de me demander pourquoi, tout d'un coup, nous ne savons plus vraiment quels sont nos marchés. Tous nos efforts tendent à la création de ces marchés. Alors, il s'agit d'un important point d'interrogation.

Je ne cherche pas vraiment à obtenir une réponse définitive, mais je voudrais entendre ce que vous avez à dire au sujet de cet élément de votre exposé. C'était très intéressant à mon avis.

M. Lyman: Je vous réponds brièvement, et peut–être que Tara voudra répondre aussi à votre question.

Le grand point d'interrogation, c'est le marché. Personne ne sait exactement quel marché il y aura pour les services interactifs, les services multimédias et tout le reste. L'incertitude est on ne peut plus complète. Nous pouvons nous dire qu'il y aura un marché, mais il reste encore à démontrer qu'il y en aura effectivement un. C'est pour cette raison que l'on cherche à se positionner par toutes sortes de placements et que l'on prépare divers placements, mais pour ce qui est de savoir si les attentes se concrétiseront. . .

[*Text*]

Probably the best person to answer that would be somebody like André Chagnon of Vidéotron, who has thought about and pushed this concept further than anyone else in North America. He discovered that people will spend some time looking at these services, but the question is whether they will spend money on it. That's what we mean when we say you have to create a value for information, because people generally won't pay for information.

For example, the free audiotheque services that you now get from *The Ottawa Citizen* or *The Gazette* or *The Toronto Star*—when they have done the same thing in the United States and charged money for it, it dropped from about a million calls to 150,000. Some people are willing to pay for information, so there is a market.

Ms Rajan: It has to be clearly presented to the consumer as something that will save time or money or something like that. In other words, it must be presented as we would present traditional media, but we must present its advantages and make it clearly more attractive and worth the price.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Mr. Chairman, in the interest of time, I would ask you to give that presentation to us. I know the clerk has it and will be circulating it.

The Chairman: We will be distributing the presentation.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): That was most interesting.

Ms Brown (Oakville—Milton): I am glad we will get this presentation on paper. It was pretty fast for me and I was having trouble getting the concepts, but I think Doug clarified some of it. It was the issue of the profits idea.

We have been hearing about cooperative efforts like CANARIE in the preparation for this information highway in Canada. In your view, is there a race on between the telephone and cable companies to be the pre–eminent force in this information highway? Or are you hopeful that the cooperative thing will work?

Mr. Kirk: I think there is. The technology is becoming convergent. It is moving from analogue to digital technology. The same technology can be used by both parties. I think it is a question of who runs the network.

Ms Brown (Oakville—Milton): That's what I mean.

Mr. Kirk: The cable companies have been able to run and control their networks subject to CRTC rules, regulations and policy. The telephone companies have had a different—although through the CRTC, as well—branch over time. I think there is a bit of a race starting now on who can deploy this network.

Ms Brown (Oakville—Milton): Is it a fair race given the impact that telephone deregulation has had on their profits and their ability to have a pool of capital to change their infrastructure into fibre optics or whatever they need to do? The cable companies have the ability to fund 50% of their capital expansion and infrastructure by increasing fees.

[*Translation*]

• 1700

La personne la mieux en mesure de répondre à cette question serait sans doute André Chagnon de Vidéotron qui, plus que quiconque en Amérique du Nord, a poussé l'analyse de ce concept et en a vanté les mérites. Il a découvert que les gens s'arrêteront pour évaluer l'attrait de ces services, mais la question est de savoir s'ils accepteront de les payer. Voilà pourquoi nous disons que nous devons donner une valeur à l'information parce que, règle générale, les gens ne veulent pas payer l'information.

Par exemple, *The Ottawa Citizen*, *The Gazette* et *The Toronto Star* offrent actuellement des services audiotheque gratuits, mais quand, aux États–Unis, on a voulu offrir le même service à titre onéreux, le nombre d'appels a chuté d'un million à 150 000. Certaines personnes sont toutefois prêtes à payer l'information, alors il existe un marché.

Mme Rajan: Il faut vendre ces produits aux consommateurs en leur disant qu'ils leur permettront d'économiser du temps, de l'argent ou autre chose du genre. Autrement dit, il faut faire une publicité semblable à celle des médias traditionnels, mais nous devons souligner les avantages afin de les rendre plus attrayants et justifier leur prix.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Monsieur le président, afin d'accélérer les choses, je vous demanderais de nous faire distribuer cet exposé. Je sais que la greffière l'a et le fera distribuer.

Le président: Nous ferons distribuer l'exposé.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): J'ai trouvé cet exposé très intéressant.

Mme Brown (Oakville—Milton): Je suis heureuse de savoir que nous aurons la version écrite de cet exposé. C'était un peu rapide pour moi et j'avais de la difficulté à saisir tous les concepts, mais je pense que Doug a réussi à clarifier certains éléments, notamment en ce qui concerne les profits.

Nous avons entendu parler d'efforts concertés comme le projet CANARIE qui doivent préparer le terrain pour cette autoroute de l'information au Canada. A votre avis, les compagnies de téléphone et les entreprises de câble essaient–elles l'une et l'autre d'arriver les premières à la ligne d'arrivée? Ou croyez–vous que cette coopération tiendra jusqu'au bout?

M. Kirk: Je suis optimiste. Il y a convergence des technologies. La technologie analogique cède la place à la technologie numérique. Les deux groupes peuvent utiliser la même technologie. Il s'agit de savoir qui exploitera le réseau.

Mme Brown (Oakville—Milton): C'est ce que je veux dire.

M. Kirk: Les câblodiffuseurs ont pu exploiter et contrôler leurs réseaux sous réserve des règles, des règlements et des politiques du CRTC. Les compagnies de téléphone pour leur part ont évolué différemment bien qu'elles aient elles aussi été assujetties à la réglementation du CRTC. Je pense que la course est engagée pour savoir qui déploiera ce réseau.

Mme Brown (Oakville—Milton): Les règles de cette course sont–elles équitables étant donné l'incidence qu'a eue la déréglementation sur les profits des compagnies téléphoniques et sur leur capacité à puiser dans un bassin de capital pour convertir leur infrastructure à la fibre optique ou à d'autres technologies? Les câblodiffuseurs ont pu financer 50 p. 100 de leurs immobilisations et de leurs dépenses d'infrastructure en augmentant leur tarifs.

[*Texte*]

It seems to me that we have two types of companies. One would have trouble getting the money together to do it and the other one can just keep. . . In other words, consumers are funding the fact that the cable companies are two years ahead. Is that not correct?

Mr. Lyman: I wouldn't put it quite as starkly as that. That is probably the view you would put forward speaking from the telephone company side, but if you speak from the cable side, you would say you could build some of the capital costs into the rate base. That was as a result of the structural hearings and so on.

The telephone companies have installed a lot of fibre optic capability. It is for the benefit of the telephone network, but it is also a platform for a lot of new services.

Ms Brown (Oakville—Milton): For the interactivity component where people at home are able to participate, don't you require fibre optics into your house?

Mr. Lyman: In the long run they will move toward introducing fibre optics into the home. They have announced that the plan—and they have the investment capacity to do it—is to put fibre into the home over the next seven to ten years.

• 1705

Mr. Kirk: It will take ten years to build, but it is similar to the network that the cable companies are already building.

Ms Brown (Oakville—Milton): They are putting it out there now. That's what I am talking about, why they're ahead. They are doing it all the time, in all the new neighbourhoods now.

Mr. Kirk: When you talk about interactive, the telephone network is interactive now.

Ms Brown (Oakville—Milton): Except not visually.

Mr. Kirk: Correct. It is a narrow–band network.

Ms Brown (Oakville—Milton): That's right. But to get the visuals—

Mr. Kirk: The advantage on the cable side of it has been a broad–band network and it has been improved. So there is a bit of a race to broaden the transmission capacity of the phone network, and on the other side of the street, to improve the functionality of the cable network. They are coming at it from slightly different ends.

I agree with Peter. The statement that all these networks are being built on the subscriber is probably too broad. There are certain eligible capital expenditures that have been. . .as Peter mentioned, it has been through several rounds and has evolved over almost eight years, I guess. It was 1986 when that provision came into the cable regulations. I think it was meant to deal with expanded channel capacity originally, to provide for more Canadian services and achieve balance between Canadian offerings and foreign offerings on cable by expanding the capability of the system.

[*Traduction*]

Il me semble que nous avons deux genres d'entreprises. L'une aurait de la difficulté à réunir les fonds nécessaires tandis que l'autre pourrait tout simplement. . . Autrement dit, les consommateurs ont financé l'avance de deux ans prise par les câblodiffuseurs. N'est–ce pas exact?

M. Lyman: Je ne le dirais aussi crûment que cela. C'est sans doute l'argument que vous présenteriez si vous preniez l'optique des compagnies de téléphone, mais si vous preniez celle des câblodiffuseurs, vous diriez qu'une partie des coûts d'immobilisation est prise en compte dans les tarifs. C'est ce qui a résulté des audiences structurelles.

Les compagnies de téléphone ont installé énormément de fibre optique. Cela devait améliorer le réseau téléphonique, mais ces dépenses d'infrastructure leur permettront d'offrir de nombreux nouveaux services.

Mme Brown (Oakville—Milton): En ce qui a trait à l'interactivité qui permet aux gens à la maison de participer aux opérations, ne faut–il pas que chaque foyer soit relié au réseau de fibre optique?

M. Lyman: A plus long terme, les foyers seront reliés au réseau de fibre optique. Elles ont annoncé leur projet de relier les foyers au réseau de fibre optique d'ici sept à dix ans, et elles ont les moyens de faire cet investissement.

M. Kirk: Il faudra 10 ans pour mettre en place ce réseau qui sera toutefois semblable à celui que construisent actuellement les câblodiffuseurs.

Mme Brown (Oakville—Milton): Ils sont déjà en train de l'installer. Je veux justement parler des raisons pour lesquelles ils ont pris cette avance. Ils font de telles installations tous les jours, dans tous les nouveaux quartiers résidentiels.

M. Kirk: Quand vous parlez d'interactivité, le réseau téléphonique est actuellement interactif.

Mme Brown (Oakville—Milton): Mais pas visuellement.

M. Kirk: C'est exact. C'est un réseau à bande étroite.

Mme Brown (Oakville—Milton): C'est exact. Mais pour obtenir les images. . .

M. Kirk: L'avantage qu'on les câblodiffuseurs tient à leur réseau à bande large qu'ils ont amélioré. Ainsi, la course s'est engagée pour élargir la capacité de transmission du réseau téléphonique et, parallèlement, pour améliorer le fonctionnement du réseau câblé. Les uns et les autres ont des points de départ légèrement différents.

Je suis d'accord avec Peter. C'est sans doute un peu exagéré de dire que tous ces réseaux sont mis en place aux frais des abonnés. Il y a certaines dépenses d'immobilisations admissibles qui ont été. . . Comme Peter l'a dit, il y a déjà eu plusieurs rondes et les choses ont évolué sur une période de près de huit ans. Cette disposition a été ajoutée aux règlements du câble en 1986. Au départ, cette disposition devait s'appliquer à l'élargissement du nombre de canaux afin d'offrir davantage de services aux Canadiens et trouver un juste équilibre entre les émissions canadiennes et les émissions étrangères offertes sur le câble.

[*Text*]

The Chairman: I would like to do a follow–up. First of all, from your perspectives, is this technological change we are seeing as big as anything we have seen in the whole history of television?

Second, if the answer to that is yes, can you at least tell us what it might mean, just to give us a taste for what we will be doing in the fall, for a traditional organization like the CBC in terms of its traditional funding? Are there things it can no longer count on, because of the 500–channel universe, that it used to be able to count on? How big is the revolution, and if it is big, how do you answer the second question?

Mr. Lyman: My answer would be that it is a big revolution. But I would say it is also a big evolution, because when you have digitized essentially what was an analogue system, you bring a lot of structural changes to the whole delivery system, but over time. If you look back ten years from now, you probably won't be able to tell exactly when the time was that there was the big step forward, as you were able to tell when colour television was finally adopted by the three U.S. networks or when television started. When you come right down to it, what's bigger than introducing television in the first place? In a sense nothing is bigger than that.

I think in terms of the fall issue, when you deal with a public agency that is heavily financed by the government, the CBC, the implication for it is that it may have a revenue erosion on the advertising side because of the competitors moving in on its market share and others picking away at it.

It did get a favourable decision yesterday by the CRTC. It helped in a number of ways, which I think you should examine. It gave them a new channel in Quebec, the equivalent of Newsworld, the quality of Newsworld, and the symbiotic relationship between the main channel and news is helpful to the corporation.

It also gave them a piece of a channel, which is essentially a syndication channel. You can run the *Road to Avonlea* and *Les Filles de Caleb* and so on through this channel and get extra revenue, which helps the producers pay for that and therefore lessens the upward pressure on licence fees for their big expensive programming.

Third, the CRTC did not license programming channels that are competitive with the CBC, such as news and sports. I think that is a temporary stay—not of execution—before some really heavy weather gets into the CBC.

The Chairman: Mr. Kirk, did you want to answer any of that?

Mr. Kirk: I would like to add a little bit. The impact I see from this whole move to digitization and the potential for a 500–channel universe is really more choice.

[*Translation*]

Le président: J'aimerais poursuivre dans la même veine. D'abord, à votre avis, ce changement technologique sera–t–il plus important qu'aucun autre dans l'histoire de la télévision?

Ensuite, si votre réponse est affirmative, pouvez–vous nous dire ce que cela implique, afin que nous nous fassions une idée de ce qui nous attend à l'automne, notamment en ce qui a trait à une organisation traditionnelle comme la SRC et ses sources habituelles de financement? Y a–t–il certaines activités qu'elle devra abandonner en raison de cet univers à 500 canaux? Quelle est l'ampleur de la révolution? Si elle est énorme, que répondez–vous à la deuxième question?

M. Lyman: Je vous dirais que c'est une révolution massive. Je dirais que c'est aussi une grande évolution puisqu'en faisant la conversion d'un système analogique à un système numérique ou apporte des changements structuraux à tous les modes de prestation de services, mais graduellement. Si dans 10 ans vous regardez en arrière, vous aurez sans doute du mal à dire exactement quand on a franchi un grand pas en avant alors que vous pouvez dire quand la télévision en couleur a été adoptée par les trois grands réseaux américains, ou encore quand la télévision a fait son apparition. Quand on y pense, quel progrès peut être plus grand que l'apparition de la télévision? En un sens, rien ne peut surpasser cela.

Quant à l'examen du financement de la SRC, que vous ferez à l'automne, je peux vous dire qu'un organisme publique qui dépend aussi lourdement du gouvernement risque de voir ses revenus publicitaires diminuer en raison de l'arrivée sur le marché de concurrents qui lui voleront des parts.

Le CRTC a rendu hier une décision en sa faveur. Cette décision l'aidera de nombreuses façons et vous devriez l'examiner. Le CRTC a accordé une nouvelle chaîne au Québec, l'équivalent de *Newsworld*, qui aura la même qualité. La relation symbiotique entre la chaîne principale et la chaîne Nouvelles sera avantageuse pour la SRC.

Elle a aussi obtenu une participation à une autre chaîne, essentiellement réservée aux émissions vendues par des agences de distribution. Elle pourra diffuser *Road to Avonlea* et *Les filles de Caleb*, etc. sur la chaîne et obtenir des revenus additionnels pour le producteur, réduisant d'autant la nécessité d'augmenter les droits de licence pour financer les émissions les plus coûteuses.

Troisièmement, le CRTC n'a pas accordé de licence aux chaînes qui auraient fait concurrence aux émissions d'informations et aux émissions sportives de la SRC. Je pense que c'est un délai de grâce après quoi la SRC traversera sans doute une zone de forte turbulence.

Le président: Monsieur Kirk, vouliez–vous répondre à l'une ou l'autre de ces questions?

M. Kirk: J'aimerais faire quelques observations. La numérisation et la perspective d'un univers à 500 canaux à mon avis élargira la gamme des choix.

[*Texte*] [*Traduction*]

• 1710

What this will bring is a level of niche programming that hasn't been contemplated before. That is really why I think the CBC's mandate, as I understand it, has been to serve under–served areas. That is where the pressure might build, because individuals at that point will have almost unlimited choice to pick up specific, very small, narrowly targeted services.

Tous ces changements favoriseront une évolution, que personne n'avait envisagée, vers des créneaux de programmation. Voilà pourquoi la SRC a eu pour mandat, si je comprends bien, de se concentrer sur les besoins des régions mal desservies. C'est là que la pression risque de s'exercer parce que les consommateurs auront à ce moment–là un choix quasi illimité de services spécialisés visant des auditoires très restreints.

Mr. de Jong: A line out of a John Lennon song comes to mind: "Life is what happens to you while you are busy making other plans". How applicable is that to everything you have said?

M. de Jong: Cela me rappelle une chanson de John Lennon qui dit: «La vie c'est ce qui vous arrive pendant que vous êtes occupé à faire d'autres projets». Est–ce que cela ne décrit pas bien tout ce que vous avez dit?

Mr. Lyman: I am making other plans right now. That is a difficult question.

M. Lyman: Je fais actuellement d'autres projets. C'est une question très difficile.

Mr. de Jong: With what degree of certainty do we really know what will come out of this magical box once the lid is opened?

M. de Jong: Comment pouvons–nous être certains de savoir ce qui sortira de cette boîte de Pandore une fois le couvercle soulevé?

Mr. Kirk: I see a new technology evolving out there. We do not quite know exactly where it is going to end up, but we have a sense of where it is heading. It will provide for a lot more transmission capacity and ultimately, if the highway evolves, it could terminate fibre not into a TV set in the home but a processing environment, whatever you want. That could be integrating a computer, a television set, a telephone and everything else into one unit. That is ultimately how far it can go. That can terminate in the house.

M. Kirk: C'est une nouvelle technologie en voie de perfectionnement. Nous ne savons pas au juste à quoi cela aboutira en définitive; nous avons, toutefois, une petite idée d'où elle nous mènera. Elle permettra une capacité de transmission grandement accrue et au bout du compte, si l'autoroute de l'information progresse, la fibre optique pourrait être reliée non pas à un téléviseur dans les foyers mais dans un milieu de traitement de l'information sous toutes ses formes. L'ordinateur, le téléviseur, le téléphone, et tous les autres appareils pourraient être reliés en une seule unité. La technologie pourrait évoluer jusque–là. Et être accessible depuis la maison.

I don't think anybody is saying that is going to happen in five or ten years, but ultimately it could. Then it brings an entirely different dimension. You do not need a lot of the structures. You have instant access to information libraries. It is almost incomprehensible. I don't see that happening right now, but ultimately that is where it could end up.

Personne ne dit que cela se fera dans cinq ou dix ans, mais cela pourrait se faire un jour. Par ailleurs, tout cela comporte une dimension tout à fait différente. Il n'est pas nécessaire d'avoir d'énormes structures. Chacun pourrait avoir accès instantanément à des bibliothèques d'information. C'est presque incompréhensible. J'imagine mal que cela puisse se produire bientôt mais ça pourrait devenir réalité un jour.

Mr. Lyman: Actually, we all just came back from the U.S. cable convention in New Orleans. What is striking there is the use of cable to access the equivalent of Internet. Internet did not exist in people's perspective two or three years ago. Suddenly, or seemingly suddenly, it is this giant resource that most people are using, trying to figure out ways to make it work for them. So far it is a free good that somehow has arisen.

M. Lyman: Nous venons tous de revenir d'un congrès des câblodiffuseurs américains qui s'est tenu à la Nouvelle–Orléans. Ce qui nous a frappés c'est l'utilisation du câble pour se brancher sur l'équivalent du réseau Internet. Il y a deux ou trois ans, les gens n'imaginaient pas l'existence d'Internet. Soudainement, ou plutôt ce qui nous semble être soudainement, voilà cette ressource gigantesque qu'utilisent la plupart des gens qui cherchent à voir comment mettre cette ressource à leur service. Jusqu'à maintenant, c'est un bien gratuit auquel les gens ont accès.

The cable tie–in to a PC in that way, and giving a much broader network access to it, is going to make yet another leap forward. I figure it will have arrived when I can check my son's homework via Internet, what he was assigned at school. It is very difficult to get a straight answer out of him.

Un tel raccordement du câble à un ordinateur personnel, surtout si ce raccordement est relié à un réseau à accès plus large, nous fera faire un autre pas de géant. Ce sera réalité quand je pourrai vérifier les devoirs de mon fils grâce à Internet. Il est très difficile d'obtenir de lui une réponse claire et précise.

Mr. de Jong: The whole question of privacy has not yet been resolved, I bet.

M. de Jong: Je parie que la question de la protection des renseignements personnels n'a pas encore été réglée.

The Chairman: I have heard of Big Brother, but Big Father is now the next stage.

Le président: Même George Orwell n'avait pas imaginé cela.

This is a final question, because I think we are running out of time. This is half facetious, to Doug Kirk, but we will allow a contrary view from Peter Lyman. If you were recommending to your investing clients over the next five to ten years to make a

Ce sera la dernière question parce que le temps nous manque. Cette question un peu facétieuse, s'adresse à Doug Kirk mais nous donnerons le droit de réplique à Peter Lyman. Si au cours des cinq à dix années qui viennent vous

[*Text*]

fundamental choice between investing and distribution, cable and telephone versus content producers — those who say that is where the money is to be made — which way would you suggest a five–to ten–year bet be made?

Mr. Kirk: I will not put specific names on this, so I cannot be held accountable for stock performance.

The Chairman: As a trend.

Mr. Kirk: Right now the software side of the production side looks like a very exciting area. A couple of those companies, Atlantis and Alliance, were brought into that yesterday with the award of specialty licences. That's in the medium term, where a lot of growth potential is. If you pick the right ones, they will do very well. Still, the distribution side is a fairly attractive area to be in.

Mr. Lyman: My contrary view is that if you pick the ones that successfully integrate both, you probably would not disagree that the two public companies he is referring to, Alliance and Atlantis, have successfully moved into the distribution business now.

• 1715

The Chairman: On that, we will all rush off to our brokers, if we have any. Most of us are just broke and broker.

I thank you very much for coming. Thank you for compressing and condensing your remarks, and for helping us along the information highway as we limp along with our flat tires. We may in fact call you back as we get deeper into our work in the fall. Thank you very much.

The meeting is adjourned.

[*Translation*]

recommandiez à vos clients–investisseurs de faire un choix fondamental entre l'investissement et la distribution, entre le câble et le téléphone et les producteurs de contenu — ceux qui prétendent que c'est dans leur secteur qu'il y a de l'argent à faire — que leur diriez–vous?

M. Kirk: Je ne nommerai personne afin d'éviter que l'on me tienne responsable du cours des actions.

Le président: Quelle serait la tendance?

M. Kirk: À l'heure actuelle, le côté logiciel de la production me semble très prometteur. Quelques–unes de ces entreprises, Atlantis et Alliance, sont apparues sur le marché hier, en obtenant une licence pour des services spécialisés. A moyen terme, c'est le secteur le plus prometteur. Si vous choisissez les bonnes entreprises, vous ferez un très bon investissement. Cependant, le secteur de la distribution est aussi très attrayant.

M. Lyman: Profitant de mon droit de réplique, je dirai que si vous choisissez les entreprises qui intègrent bien ces deux activités il vous faudra admettre que les deux sociétés dont il a parlé, Alliance et Atlantis, ont réussi leur percée dans la distribution.

Le président: Cela dit, nous nous empresserons tous d'aller voir nos courtiers, si nous en avons un. La plupart d'entre nous sommes trop à court pour avoir un courtier.

Je vous remercie d'être venu. Merci d'avoir comprimé et condensé vos propos et de nous avoir aidé à explorer à tâtons les chantiers de l'autoroute de l'information. Nous vous inviterons peut–être à revenir à l'automne, quand nous approfondirons notre examen de ce dossier. Merci.

La séance est levée.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid / Port payé
Lettermail / Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the Nordicity Group Ltd.:

Peter Lyman, Senior Partner;

Glenn Suart, Consultant;

Tara Rajan, Consultant.

From Burns Fry Ltd:

Doug Kirk, Vice–President and Director, Equities Research.

TÉMOINS

Du Groupe Nordicité Ltée. :

Peter Lyman, associé principal;

Glenn Suart, consultant;

Tara Rajan, consultant.

De Burns Fry Ltée. :

Doug Kirk, vice–président et directeur, Recherches en participation.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

XC68
C13

Government Publications

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 17

Wednesday, June 8, 1994

Chairperson: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 17

Le mercredi 8 juin 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of culture and the information highway

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la culture et l'autoroute de l'information

---

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

LIBRARY
JUL 11 1994
University of Toronto

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chairperson: John Godfrey

Vice–Chairs: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Associate Members

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidentes: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Membres associés

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

WEDNESDAY, JUNE 8, 1994
(22)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 3:42 o'clock p.m. this day, in Room 209, West Block, the Chairman, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Bonnie Brown, Jan Brown, John Cannis, Roger Gallaway, John Godfrey, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Acting Member present: Werner Schmidt for Monte Solberg.

Associate Member present: Simon de Jong.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: As Individual: David Ellis. *From the Canadian Conference of the Arts:* Keith Kelly, National Director.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2) and its Order of Wednesday, April 27, 1994 a study of culture and the information highway. (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Tuesday, May 24, 1994, Issue No. 14*).

David Ellis made an opening statement, and answered questions.

The witness from the Canadian Conference of the Arts made an opening statement, and answered questions.

Jan Brown moved, — That the Committee request the expenditure plans and priorities for the 1995–1996 budget year of the Department of Canadian Heritage to be tabled with the Standing Committee on Canadian Heritage immediately for consideration and report by the Committee before the last sitting day of June 1994.

After debate, Suzanne Tremblay moved, — That the motion be amended by striking out all the words after the words "Standing Committee on Canadian Heritage" and substituting the following: "by the third of October 1994".

After debate, the question was put on the amendment and it was agreed to.

At 5:40 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE MERCREDI 8 JUIN 1994
(22)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 15 h 42, dans la salle 209 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Bonnie Brown, Jan Brown, John Cannis, John Godfrey, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Membre suppléant présent: Werner Schmidt pour Monte Solberg.

Membre associé présent: Simon de Jong.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: À titre personnel: David Ellis. *De la Conférence canadienne des arts:* Keith Kelly, directeur général.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) et à son ordre de renvoi du mercredi 27 avril 1994, le Comité poursuit son étude sur la culture et l'autoroute de l'information (*voir les Procès–verbaux et témoignages du mardi 24 mai 1994, fascicule nº 14*).

David Ellis fait un exposé et répond aux questions.

Le témoin de la Conférence canadienne des arts fait un exposé et répond aux questions.

Jan Brown propose, — Que le Comité demande que lui soient remis, dans les plus brefs délais, les plans et priorités de dépenses du ministère du Patrimoine canadien pour l'exercice 1995–1996, afin qu'il puisse en faire l'étude et rédiger son rapport avant le dernier jour ordinaire de séance, fin juin 1994.

Après débat, Suzanne Tremblay propose, — Qu'on modifie la motion de la manière suivante: remplacer «dans les plus brefs délais» par «d'ici le 3 octobre 1994», et supprimer tous les mots après «1995–1996».

Après débat, l'amendement est mis aux voix et adopté.

À 17 h 40, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Wednesday, June 08, 1994

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mercredi 8 juin 1994

• 1543

The Chairman: Ladies and gentlemen, I am delighted people are here. We are particularly delighted to welcome David Ellis. I wouldn't call David Ellis a contrarian exactly. I don't know what I should call him. I am going to call him the author of a very interesting book, *Split screen.*

Most recently I was lucky to hear him as part of the Walter Gordon forum in Toronto on public broadcasting, where he teamed up with Michael Ignatieff and offered a most stimulating evening. So I've had a bit of a preview to the main event.

I think we'll just remind our guests that we started this exploration on the theme of culture on the information highway. Since we began that, we've been given the specific task of examining the role and the financing of the CBC in a multi–channel universe.

Technically we haven't begun that second study yet, but we have arranged ourselves in such a way that one thing will lead to the other. What we are getting from David Ellis today is some of the very valuable context for that study that we will be undertaking formally in the fall on the CBC.

The context we're asking our witnesses to explore with us this month is to help us with the extent of the technological change we're facing; the impact of that change on the marketplace; and if we have some understanding of those coming trends, what the role of public policy is, be it regulation, subsidy, taxation, whatever.

Le président: Mesdames et messieurs, je suis ravi de vous voir. Nous sommes en particulier très heureux de pouvoir souhaiter la bienvenue à David Ellis. Je ne qualifierai pas de contradicteur. Je ne sais pas d'ailleurs ce que je devrais dire et je me contenterai de signaler que c'est l'auteur d'un ouvrage très intéressant *Split Screen.*

Tout récemment, j'ai eu la chance de l'entendre dans le cadre de la tribune Walter Gordon à Toronto sur la radiodiffusion publique où il a fait équipe avec Michael Ignatieff pour nous offrir une soirée des plus stimulantes. J'ai donc déjà eu un aperçu de ce que nous allons entendre.

Nous rappellerons simplement à nos invités que nous avons débuté cette étude sur le thème de la culture dans le contexte de l'autoroute électronique et que l'on nous a chargés d'examiner en particulier le rôle et le financement de la Société Radio–Canada dans un univers de canaux multiples.

Techniquement parlant, nous n'avons pas encore débuté cette deuxième étude mais nous nous sommes organisés pour qu'une chose entraîne l'autre. David Ellis va donc aujourd'hui nous présenter certains éléments du contexte dans lequel nous entreprendrons officiellement cette étude sur la Société Radio–Canada à l'automne.

Nous demandons ainsi à nos témoins de nous donner une idée de l'ampleur de la révolution technologique qui nous attend; de l'incidence que cela pourra avoir sur le marché et, une fois que nous aurons un peu mieux compris ces nouvelles tendances, nous pourrons nous pencher sur le rôle du secteur public qu'il s'agisse de réglementation, subventions, mesures fiscales, ou que sais–je.

• 1545

So it's in that context that we welcome you and ask you to make some opening remarks.

Mr. David Ellis: (Individual Presentation): Thank you, Mr. Chairman, hon. members. I am delighted to be here today. To make the best use of our time, I am going to suggest a couple of things, with your indulgence.

First of all, I would like to keep my opening remarks fairly brief so that we can get onto some questions and answers—well, questions, anyway. I don't promise the answers.

I would like to begin by telling you just a little bit about why I'm interested in this subject area and how I approach it professionally. I think it's important to understand the approach I take so that we can have the most useful possible discussion about public policy issues in a few minutes.

I am going to divide this into two sections, a few minutes on the myths surrounding technology and the information highway and then some of my pet peeves about current public policy issues.

C'est donc dans ce contexte que nous vous souhaitons la bienvenue et que nous vous invitons à faire quelques observations liminaires.

M. David Ellis (présentation individuelle): Merci, monsieur le président. Je suis ravi de me trouver ici aujourd'hui. Afin d'utiliser au mieux le temps dont nous disposons, je vous suggérerais une ou deux choses, si vous le permettez.

Tout d'abord, j'aimerais limiter mes observations liminaires au strict minimum afin que nous puissions passer à la période de questions et réponses—du moins, des questions, car je ne peux vous promettre les réponses.

Je commencerai par vous dire un petit peu pourquoi je m'intéresse à ce sujet et comment je le conçois du point du vue professionnel. Il me semble important de comprendre dans quelle perspective je me situe si nous voulons avoir une discussion utile au sujet des questions d'intérêt public dans quelques minutes.

Je diviserai mes propos en deux parties, consacrant quelques minutes aux mythes qui entourent la technologie et l'autoroute électronique puis je vous parlerai de certaines de mes bêtes noires à propos des questions d'intérêt public actuelles.

[*Texte*]

I hope I can live up to the chairman's characterization of me as "contrary". I think that was the expression. I'll do my best.

My interest in these areas stems from the relationship between people and communications appliances—telephones, televisions and computers. This interest I have developed in three general professional areas: one is market research, one is regulatory affairs and one is new technology applications. Currently I am involved in a couple of information highway projects—I might explain those in a little more detail—one here and one in the Pacific northwest in the United States.

Personally and professionally I am very concerned with a number of the issues that confront you. I am very grateful to get an opportunity to air some of my views on these issues.

Let me begin by making a couple of comments about technology. Many of these kinds of discussions tend to get bogged down in talk about technology. So the discussions either get too arcane for people who don't understand it, which puts them off all the other issues, or people jump to unwarranted conclusions about the things technology will do to us in the future.

I would like to say, first of all, my own interest in technology is really just as a window for understanding human behaviour and public discourse. The second thing I would like to say about technology is that technology does not, in normal circumstances, cause people to change or modify their behaviour in and of itself. All it does is enable changes to private and social behaviour. I think this is a very important distinction for us to appreciate.

One of my favourite examples is telecommuting, which is already staking out at least a bicycle path on the information highway, if nothing much more, for the moment. Telecommuting was enabled by a little device called the modem. It was not caused by the modem. Telecommuting has succeeded and seems to be growing at the rate of about 20% a year in this country alone because it enables people to do things they already want to do.

People want to stay home with the kids, close to the fridge, and they want to stay away from the boss. The boss likes telecommuting because it increases productivity. Governments like telecommuting because it reduces air pollution and traffic jams and so on. If people didn't get those human or social benefits from the modem, the little device that allows computers to communicate over phone lines, then the modem would simply not have created this small revolution in the way we work.

• 1550

Let me just talk for a moment about this thing called the information highway. I'll spare you all the current puns and jokes about it. It's a term we're now stuck with for the moment and I don't think it's worth a lot of time examining alternative metaphors for the thing. But there are three or four points I would really like to impress upon you about what the so–called information highway is not.

[*Traduction*]

J'espère ne pas décevoir le président qui m'a qualifié de «contraire». Je crois que c'était l'expression. Je ferai de mon mieux.

Ce qui m'intéresse, c'est la relation entre les individus et les appareils de communication comme les téléphones, les postes de télévision et les ordinateurs. Je nourris cet intérêt dans trois grands domaines professionnels: d'une part, la recherche de marché, d'autre part les questions de réglementation et, en troisième lieu, les nouvelles applications technologiques. À l'heure actuelle, je travaille à plusieurs projets liés à l'autoroute de l'information—je pourrais vous en dire quelques mots tout à l'heure—un ici et l'autre dans le nord–ouest du Pacifique aux États–Unis.

Personnellement et professionnellement parlant, je m'inquiète de plusieurs des questions que vous devez aborder. Je vous suis donc très reconnaissant de me donner cette occasion de vous présenter mon point de vue.

Je ferai d'abord quelques remarques sur la technologie. Beaucoup de ces discussions tendent à se perdre dans les considérations technologiques. Si bien que cela devient soit trop compliqué pour ceux qui ne comprennent pas, et qui ne peuvent donc plus intervenir sur les autres questions, soit trop simpliste car on saute ensuite immédiatement à des conclusions non fondées sur tout ce que la technologie pourra faire pour nous.

Je dirais tout d'abord que si je m'intéresse à la technologie c'est en fait parce qu'elle peut nous donner des moyens de mieux comprendre le comportement humain et le raisonnement public. L'autre chose que je tiens à dire à propos de la technologie est que, normalement, elle ne pousse pas en soi les gens à changer ou modifier leur comportement. Tout ce qu'elle fait, c'est de permettre des changements dans le comportement privé et social. C'est une distinction très importante à faire.

Un de mes exemples préférés est celui du télétravail qui est déjà en train de tracer au moins une piste cyclable sur l'autoroute de l'information, même si ce n'est pas pour le moment beaucoup plus. Le télétravail est devenu possible grâce à un petit appareil appelé le modem. Cela n'a pas été provoqué par le modem. Le télétravail a réussi et semble se développer à un taux de croissance annuel d'environ 20 p. 100 dans notre pays seulement parce que cela permet aux gens de faire des choses qu'ils veulent faire.

Les gens veulent rester chez eux avec leurs enfants, près du réfrigérateur et loin du patron. Le patron apprécie le télétravail parce que cela augmente la productivité. L'administration est favorable au télétravail parce que cela réduit la pollution atmosphérique et les encombrements, etc. Si l'on ne tirait pas des avantages humains ou sociaux du modem, ce petit appareil qui permet aux ordinateurs de communiquer par ligne téléphonique, le modèle n'aurait tout simplement provoqué cette petite révolution dans la façon dont nous travaillons.

Je vous entretiendrai maintenant un instant de ce que l'on appelle l'autoroute de l'information. Je vous ferai grâce des jeux de mots et plaisanterie qu'elle évoque. C'est un terme qu'il serait difficile de changer pour le moment et je ne pense pas qu'il faille réfléchir trop longtemps à d'autres métaphores possibles. Mais il y a trois ou quatre choses que j'aimerais vous dire sur ce que n'est pas cette fameuse autoroute de l'information.

[*Text*]

First of all, the information highway is not one monolithic structure. It is not one megaproject and it's not the CN Tower or the Macdonald–Cartier freeway. It is made up of dozens, hundreds, or even thousands of much smaller projects, such as software development projects and hardware development projects, going on all over North America and elsewhere, such as in Europe and Japan.

It is a serious mistake to judge what is going on in this realm of communications by looking at mega–deals and mega–mergers. For example, the fact that Rogers decided to buy out Maclean Hunter is not, in and of itself, going to make a major impact on the future of the information highway. I'm going to explain why I say that in a few minutes.

By the same token, the fact that the much ballyhooed TCI–Bell Atlantic merger in the United States fell apart at the last minute does not signify the end of the information highway. For a week or two everyone on Wall Street was obsessed with the notion that the end of this deal meant the end of the information highway. But within days of the end of that deal, the proof that this was not the case was that the parties to the deal were busy running around making other deals of a similar kind with different joint venture partners and strategic alliance partners.

For people who suffer from a kind of technophobia, quite understandably, particularly those of the older generation, the information highway suggests that information overload is only going to get worse. But in its best form the information highway is not going to produce more information, it's going to produce less information.

The whole idea of intelligent agents, on–line computer services, and other such technologies is not to let information get more and more out of control, but to give us convenient and inexpensive ways to bring information under control. That's my second point about the highway.

The third myth or misapprehension about the information highway is, I think, that convergence was somehow a planned and rational process.

Because so many large companies in both the United States and Canada have put so many billions of dollars into the development of new software and hardware technologies, this leaves the impression that they must have seen that this was a good idea and asked their engineers to develop asynchronous transfer modes, switches, intelligent software agents, and other devices that would accelerate the development of services such as broad–band services to the home.

Nothing could be further from the truth, especially in Canada and especially for our cultural industries. Convergence is a disaster for Canada's cultural industries. In the long run it may also be an opportunity, but for the time being, convergence has accelerated the decline and fall of conventional broadcasting in Canada.

There are people who will argue that conventional broadcasting—and sometimes, just make sure the audience is awake, I will say that free broadcasting is dead or that appointment television is dead. I did that on a conference panel

[*Translation*]

Tout d'abord, ce n'est pas une structure monolithique. Ce n'est pas un seul méga–projet et ce n'est pas la Tour du CN ni l'autoroute Macdonald–Cartier. Il s'agit de dizaines, de centaines ou même de milliers de beaucoup plus petites entreprises, qu'il s'agisse de conception de logiciels ou de hardware, partout en Amérique du Nord et ailleurs, comme en Europe ou au Japon.

Ce serait une grave erreur de juger ce qui se passe dans ce domaine des communications en considérant les méga–transactions et les méga–fusions. Par exemple, le fait que Rogers ait décidé d'acheter Maclean Hunter n'est pas, en soi, susceptible d'avoir une incidence majeure sur l'avenir de l'autoroute électronique. Je vais vous expliquer dans un instant pourquoi je dis cela.

De même, le fait que la fusion TCI–Bell Atlantique dont on a tellement parlé aux États–Unis ait fait long feu à la dernière minute n'entraînera pas la fin de l'autoroute de l'information. Pendant une semaine ou deux, tout Wall Street fut obsédé par l'idée que l'échec de ce marché entraînerait la faillite de l'autoroute électronique. Toutefois, quelques jours seulement après cet échec, on avait la preuve qu'il n'en était rien puisque les parties intéressées s'efforçaient activement de conclure d'autres transactions analogues avec des associés différents pour former des consortiums et des alliances stratégiques.

Pour ceux qui souffrent d'un genre de technophobie, évidemment, en particulier ceux de la génération plus âgée, l'autoroute électronique évoque une accentuation de la surcharge de l'information. Or, sous sa forme la meilleure, cette autoroute ne va pas produire plus d'informations mais au contraire moins.

Toute l'idée des agents intelligents, des services informatiques directs et de toutes autres technologies ne consiste pas à nous ensevelir de plus en plus sous l'information mais à nous donner des moyens pratiques et moins coûteux de contrôler au contraire l'information. C'est la deuxième chose que je voulais dire à propos de l'autoroute électronique.

Le troisième mythe ou malentendu à propos de cette autoroute est que la convergence fut en quelque sorte planifiée consciemment.

On a l'impression que parce que tant de grandes sociétés aux États–Unis et au Canada ont investi tellement de milliards de dollars dans l'élaboration de nouvelles technologies, logiciels et matériels, elles ont dû penser que c'était une bonne idée et demander à leurs ingénieurs de mettre au point des modes de transfert asynchrone, des aiguillages, des agents de logiciel intelligent et d'autres dispositifs permettant d'accélérer la mise au point des services à haut débit à domicile.

Rien n'est plus faux, surtout au Canada et en particulier pour nos industries culturelles. La convergence est catastrophique pour les industries culturelles canadiennes. À la longue, elle pourra également représenter un débouché mais, pour le moment, la convergence a accéléré le déclin et la chute de la radiodiffusion conventionnelle au Canada.

Il est de gens qui prétendent que la radiotélédiffusion conventionnelle—et quelque fois, juste pour m'assurer que mon auditoire est éveillé, je dis que la radiotélédiffusion gratuite est morte ou que la télévision à la carte est morte. Je l'ai fait à

[*Texte*]

the other day, and one of Canada's leading communications lawyers said that this was not at all true and he had the numbers to prove it. He went on to say that if one looks at audience shares, one sees that the conventional networks get the lion's share of the audience, more so than specialty channels, pay channels and so on, and VCR usage, all put together.

My retort to that statement is that it's 1994 and you have to stop looking at how people are spending their time with the television set, and you have to do two other things—you have to start looking at how people are spending time with other appliances, especially the computer, but most of all you have to look at where the dollars are going.

• 1555

Canadians now spend twice as much money directly out of their pockets on home video and cable fees as all the advertisers in Canada spend on all of television advertising put together. You can interpret that in a number of different ways, but what that tells me is free broadcasting is dead and has been replaced by transactional broadcasting.

As I said, there are other ways to interpret that. My main point about this apart from the interpretation is that it's 1994 and we have to start developing new tools for measuring these kinds of developments.

We have lived with rating services for forty or fifty years. They've served their purpose and they still serve a purpose. But I put it to you if consumers are spending twice as much money as advertisers—and this is not for hardware, by the way; this is just for software, renting videos and cable fees—then the people we have thought of as viewers and listeners engaging in this passive experience, watching something that is allegedly free, have now turned into media consumers.

I emphasize the word "consumer" because this is not a word that sits well with lawmakers and policymakers, who prefer, especially in the context of section 3 of the Broadcasting Act, to think of people as citizens and not as consumers. This is I think a very important point, to which I want to return.

Myth number four about the information highway is that the viewer is in control. Baloney. The reason I say baloney is that market research study after market research study shows cable subscribers in particular and television viewers in general don't have the faintest idea what is happening to them.

A case in point was after the CRTC decisions came down at noon on Monday. Mr. Spicer left the impression these services would cost $1.70 on basic and $3 on discretionary, on the extended basic tier. By the way, I was interviewed by journalists who did not know what the extended basic tier was, and they were doing items for the national news on this.

[*Traduction*]

une conférence l'autre jour et l'un des grands juristes du Canada en matière de communication a déclaré que ce n'était pas du tout vrai et qu'il avait des chiffres pour le prouver. Il a ajouté que si l'on considérait les cotes d'écoute, on s'apercevait que les réseaux conventionnels avaient la part du lion, beaucoup plus que les canaux spécialisés, les canaux à péage, etc. et le magnétoscope, tout pris ensemble.

Je répondrais à cela que nous sommes en 1994 et qu'il faut arrêter d'examiner comment les gens passent leur temps devant la télévision et faire deux autres choses—d'une part considérer le temps qu'ils passent devant d'autres appareils, en particulier l'ordinateur, mais surtout à quoi ils dépensent leur argent.

Les Canadiens dépensent maintenant deux fois plus d'argent pour des films vidéo et des droits de câblodiffusion que tous les annonceurs au Canada pour l'ensemble de la publicité télévisée. On peut interpréter cela différemment mais cela me semble indiquer que la télévision gratuite est morte et a été remplacée par la diffusion transactionnelle.

Je répète qu'il y a d'autres façons d'interpréter cela. L'essentiel, pour moi, indépendamment de l'interprétation, est que nous sommes en 1994 et qu'il faut commencer à mettre au point de nouveaux outils pour mesurer ce genre d'évolution.

Voilà 40 ou 50 ans que nous avons des services de mesure de cotes d'écoute. Ils ont été utiles et le sont encore mais, si les consommateurs dépensent deux fois plus d'argent que les publicitaires, et, ce, non pas pour du matériel mais simplement pour des logiciels, la location de cassettes vidéo et les frais de câblodiffusion, les gens que nous pensions être des téléspectateurs et des auditeurs passifs, qui regardaient quelque chose censément gratuit, sont devenus des consommateurs médiatiques.

J'insiste sur le terme «consommateur» car il ne plaît pas beaucoup aux législateurs et aux politiques qui préfèrent, surtout dans le contexte de l'article 3 de la Loi sur la radiodiffusion, considérer les gens comme des citoyens et non comme des consommateurs. Je crois que c'est un point très important et j'aimerais y revenir.

Le quatrième mythe quant à l'autoroute de l'information est que le téléspectateur contrôle les choses. C'est stupide. La raison pour laquelle je dis que c'est stupide est que toutes les études de marché indiquent que les abonnés au câble en particulier et les téléspectateurs en général n'ont pas la moindre idée de ce qui leur arrive.

Un bon exemple nous en a été donné après les décisions du CRTC lundi à midi. M. Spicer a laissé l'impression que ces services coûteraient 1,70$ pour les services de base et 3$ pour les services facultatifs sur le volet de service de base élargi. À ce propos, j'ai été interviewé par des journalistes qui ne savaient pas ce qu'était ce volet de service de base élargi et qui pourtant faisaient des reportages à ce sujet pour les actualités nationales.

[*Text*]

What many of these journalists did not understand, and what 99.9% of the population doesn't get, is that it ain't going to be $3; it's going to be whatever Ted Rogers and the rest of the cable industry decides it's going to be, because extended basic is not rate–regulated any more. Nobody knows it. In fact, most cable subscribers don't even know they're on extended basic. You can't be in control if you don't know what's going on.

Now I'm going to really tell you what I think.

The Chairman: Yes, stop mincing your words, here.

Some hon. members: Oh, oh!

Mr. Ellis: I'm going to cut to the chase now.

This is going to be a very rough decade for politicians.

The Chairman: We know that.

Mr. de Jong (Regina—Qu'Appelle): Tell us something new.

Mr. Ellis: Well, I have a new problem for you, Mr. Chairman. It's going to be worse than you think.

The political strength of a democracy like Canada stems from a particular view of geography and a particular view of the geographical basis for a community. In conjunction with that particular way of looking at the world we have also chosen to treat certain cultural industries, particularly television, as instruments of nation–building.

We already live in a world in which possibly as many as 20 million people are on something called the Internet. You may be already sick and tired of hearing stories about the Internet and cyberspace, so I don't want to dwell too much on that. I just want to leave you with the suggestion that this is a phenomenon that will grow and be replicated in other places and in other ways.

• 1600

For all of the many things you can say about the Internet, one of the most important is that it is destroying the traditional barriers of what engineers call real time—what we regular folks just call plain old time—and space. People who communicate on the Internet develop communities of interest that have very little to do with geography and often very little to do with language and with gender. I have a colleague in Portland, Oregon, who after a great deal of exchange of information and ideas with a group in Wellington, New Zealand, discovered that the folks he really wanted to get in touch with were in Cleveland, Ohio. The geography here was simply a minor inconvenience, a secondary consideration.

I suggest to you that our traditional way of basing a sense of community and local roots on geography will be seriously undermined by the new media and new forms of telecommuting and telecommunication. However, there is another sense in which I think we have to look at telecommunications as a force that is going to undermine some of our most cherished public policy principles. I alluded to it a moment ago—the use of broadcasting, and television in particular, as an instrument of nation–building.

[*Translation*]

Ce que ne comprenaient pas beaucoup de ces journalistes, et ce que ne saisissent pas 99,9 p. 100 de la population, c'est que ce ne sera pas 3$. Ce sera ce que Ted Rogers et le reste des câblodiffuseurs décideront parce que le service de base élargi n'est pas assujetti à une réglementation en ce qui concerne les tarifs. Personne ne le sait. En fait, la plupart des abonnés ne savent même pas qu'ils bénéficient du service de base élargi. On ne peut pas contrôler les choses si l'on ne sait pas ce qui se passe.

Maintenant, je vais vous dire ce que je pense réellement.

Le président: Oui, allez–y dites–nous enfin ce que vous pensez.

Des voix: Oh, oh!

M. Ellis: Je ne vais pas y aller par quatre chemins.

Cette décennie sera très difficile pour les politiques.

Le président: Nous le savons.

M. de Jong (Regina—Qu'Appelle): Dites–nous quelque chose de nouveau.

M. Ellis: Ma foi, j'ai un nouveau problème pour vous, monsieur le président. Ce sera pire que vous ne le pensez.

La force politique d'une démocratie comme le Canada émane d'une certaine conception géographique et d'une certaine conception de la base géographique d'une collectivité. Parallèlement à cette façon particulière de considérer le monde, nous avons également choisi de traiter certaines industries culturelles, en particulier la télévision, comme des instruments d'unité nationale.

Nous vivons déjà dans un monde où probablement jusqu'à 20 millions de personnes sont reliées par un système qu'on appelle l'Internet. Vous êtes déjà peut–être déjà fatigué d'entendre parler d'Internet et d'espace cybernétique si bien que je n'insisterai pas trop là–dessus. Je voulais simplement vous dire que c'est là un phénomène qui se développera et se répétera ailleurs et autrement.

On peut dire des tas de choses sur l'Internet mais un des éléments les plus importants est qu'il fait tomber les barrières traditionnelles de ce que les ingénieurs appellent le temps réel—et que les gens ordinaires appellent simplement le temps—et l'espace. Les gens qui communiquent par l'Internet se regroupent par domaines d'intérêt qui n'ont que très peu à voir avec la géographie et souvent très peu avec la langue ou le sexe. J'ai un collègue à Portland, en Orégon, qui après de nombreux échanges d'information et d'idées avec un groupe de Wellington en Nouvelle–Zélande a découvert que les gens avec lesquels il voulait réellement entrer en contact se trouvaient à Cleveland en Ohio. Les considérations géographiques n'étaient là qu'un petit inconvénient mineur, secondaire.

Tout cela simplement pour vous dire que notre façon traditionnelle d'envisager un sentiment d'appartenance et des racines locales fondées sur la géographie sera sérieusement bouleversée par les nouveaux médias et les nouvelles formes de télétravail et télécommunications. Toutefois, il nous faut également considérer les télécommunications comme une force qui fera fi de certains de nos principes d'intérêt public les plus chers. J'y faisais allusion tout à l'heure, il s'agit de l'utilisation de la radiodiffusion et de la télévision en particulier comme instrument d'unité nationale.

[*Texte*]

I have always been very skeptical about the idea of using a device like television as an instrument of nation–building. I suggest to you that if there had never been any television or CBC or any radio or any broadcasting at all in this country, we we would have had thousands of producers, writers, directors and others who would not now be working in these industries, but Canada would not have fallen apart any more quickly, we would not have become the 51st state or all have become republicans, and it would not have changed us as a body politic. I'm making a distinction between that effect of cultural industries and broadcasting in particular and what we might describe as the industrial effects. The industrial effects of public policy around broadcasting have been very clear and very positive.

That brings me to what I believe is the single most important public policy problem in communications in this country today, and that is the absurd situation in which the CRTC finds itself administering telecommunications on one side of the house as though it was from Mars, and broadcasting on the other side of the house as though it was from Venus—to paraphrase the title of a recent book.

We know why this happened. There are perfectly good policy and historical reasons for why these two streams of regulation and policymaking developed as they did.

My point is that we are now in a situation in which we have a broadcasting system the rationale for which is based upon cultural protection, and whose purview is the body politic—section 3 of the Broadcasting Act. We have a telecommunications system that is regulated on the basis of protection of the individual consumer. The idea seems still to be lodged firmly in the minds of those who regulate these industries that culture has nothing to do with telecommunications and that broadcasting has nothing to do with protection of the individual consumer.

[*Traduction*]

J'ai toujours été assez sceptique quant à l'utilisation d'un moyen comme la télévision pour renforcer l'unité nationale. Je dois vous dire que s'il n'y avait jamais eu de télévision, de Société Radio–Canada ou de radio ou diffusion quelconque dans notre pays, il y aurait eu des milliers de réalisateurs, rédacteurs, producteurs et autres qui ne travailleraient pas aujourd'hui dans ces secteurs mais le Canada ne se serait pas démantelé plus rapidement, nous ne serions pas devenu le 51e État ni tous républicains et notre entité politique ne serait pas différente. Je fais une distinction entre cet effet des industries culturelles et de la radiotélédiffusion en particulier et ce que l'on pourrait appeler les effets industriels. Les effets industriels de la politique nationale au sujet de la radiotélédiffusion ont été très évidents et tout à fait positifs.

Cela m'amène à ce que je crois être le problème de politique nationale le plus important aujourd'hui au Canada en matière de communications. C'est la situation absurde dans laquelle se trouve le CRTC qui administre les télécommunications d'un côté comme si c'était à partir de Mars et, de l'autre côté, comme si c'était à partir de Vénus, pour paraphraser le titre d'un ouvrage récent.

Nous savons pourquoi. Il y a de très bonnes raisons politiques et historiques à cette situation où s'entrechoquent la réglementation d'une part et la prise de décisions de l'autre.

Tout ça pour dire que nous nous trouvons maintenant dans une situation où nous avons un système de radiodiffusion dont le principe est basé sur la protection culturelle qui tient sa compétence du corps politique, de l'article 3 de la Loi sur la radiodiffusion. Nous avons un système de télécommunications dont la réglementation est fondée sur la protection du consommateur en tant que particulier. Ceux qui réglementent ces industries semblent toujours fermement convaincus que la culture n'a rien avoir avec les télécommunications et que la radiodiffusion n'a rien avoir avec la protection du consommateur.

• 1605

I think this is absurd. I think this is bad public policy. While it may have worked in the past, I think we have to now re–examine very carefully how we are going to move into the next phase of communications. My suggestion—if you haven't guessed already—is that we have to harmonize the approach that we are taking between broadcasting on the one hand and telecommunications on the other.

The one particular area in which we can see why the regulation of broadcasting has outlived its useful purpose is in the way the cable television industry is regulated. Cable television is on paper just a local carrier that should have been regulated as a common carrier, but of course it isn't. It has crossed the line between carriage and content. Not only that, it has managed to continue operating as a monopoly and as a monopoly whose rates are not regulated for the vast majority of Canadian subscribers.

It puzzles me why we feel we have to protect telephone subscribers so carefully, why we control the profitability of telecommunications carriers, but we feel no need to do this with cable companies.

J'estime que c'est absurde. Je dirais que c'est une mauvaise politique. Si cela a marché par le passé, il nous faut maintenant me semble–t–il réexaminer très soigneusement la façon dont nous passerons à la prochaine phase de communications. Je suggérerais au cas où vous ne l'auriez pas encore deviné, que nous considérions de la même façon la radiotélédiffusion d'un côté et les télécommunications de l'autre.

Le domaine particulier dans lequel il est évident que la réglementation de la radiotélédiffusion n'est plus utile est la façon dont est réglementé le secteur de la câblodiffusion. Sur papier, la câblodiffusion n'est qu'un distributeur local qui devrait avoir été réglementé comme un distributeur ordinaire mais qui évidemment ne l'est pas. Elle a passé la frontière entre distribution et contenu. En plus de cela, elle est parvenue à continuer à opérer comme un monopole et comme un monopole dont les tarifs ne sont pas réglementés pour la grande majorité des abonnés.

Je me demande pourquoi nous devons protéger les abonnés au téléphone avec autant de soins, pourquoi nous contrôlons les bénéfices des distributeurs de télécommunications, mais que nous ne jugeons pas nécessaire de le faire pour les câblo–diffuseurs.

[*Text*]

I said a few minutes ago that I thought that Rogers' take–over of Maclean Hunter was not in and of itself a problem. Whether Rogers takes over 30% or 40% or 50% of the market is not in and of itself a problem. In fact, the aggregation of resources that Rogers can bring to bear might be of some public benefit, but not in the current regulatory framework.

I don't want to leave you with the suggestion that as the editorial writers at *The Globe and Mail*—or as Mr. Spicer referred to them, "a certain newspaper in Toronto that shall remain nameless"—

The Chairman: Which he was writing in.

Mr. Ellis: Yes. It's a good trick.

Some hon. members: Oh, oh!

Mr. Ellis: I don't want to suggest that the CRTC ought to wither away. On the contrary, there is a very important job for the CRTC to do. Content regulation has been absolutely vital to the creation of a television industry, and a production industry and a music industry in this country up to now.

I submit that it has now outlived its usefulness and that in the so–called 500–channel universe—which, by the way, will be the no–channel universe, and I'd be happy to entertain questions on that paradox—the commission has at least four areas in which it must take a much more aggressive stance oriented to the public interest.

The first of these is access. I wish we had more time so we could talk about the absurdity that the cable industries so–called access commitment is going to get us into on the new specialty services. I do not want to live in a world in which three cable companies will control the access to the major high–speed switched broad–band networks that serve my home, who are in a blatant conflict of interest because they own, control or otherwise derive revenue from unregulated, non–programming services that contribute to our national consciousness—like the auto trader channel, for example—and then are left to decide whether or not a magnificent service such as Bravo should be allowed to get into your homes.

Some hon. members: Oh, oh!

The Chairman: If that wasn't playing to the gallery, I don't know what was.

Mr. Ellis: The second issue that they have to come to grips with is rates. There are two routes you could go here. You can re–regulate and you can wake up to the fact that two–thirds of Canadians are on extended basic cable. That constitutes a basic tier and it ought to be rate–regulated.

Or you could introduce competition. It's time to let into the picture the telephone companies and wireless providers and cable overbuilders, DTH services, and anybody else who can do the job. If they do a lousy job and go out of business, too bad; they have a right to fail. I thought that was what the free market economy was supposed to be.

[*Translation*]

J'ai dit il y a quelques minutes que je pensais que la prise de contrôle de Maclean Hunter par Rogers ne présentait pas en soi un problème. Que Rogers prenne le contrôle de 30 ou 40 ou 50 p. 100 du marché n'est pas en soi un problème. En fait, le regroupement des ressources que Rogers réussit à opérer pourrait être un avantage pour le grand public mais pas dans le cadre de réglementation actuel.

Je ne voudrais pas vous suggérer que comme la rédaction du *Globe and Mail*—ou comme l'a appelé M. Spicer «un certain journal à Toronto que l'on ne nommera pas»...

Le président: Dans lequel il écrivait.

M. Ellis: En effet. C'est un bon truc.

Des voix: Oh, oh!

M. Ellis: Je ne veux donc pas suggérer qu'on laisse disparaître le CRTC. Bien au contraire, le CRTC peut jouer un rôle très important. La réglementation sur le contenu a été jusqu'ici absolument vitale pour la création d'un secteur de la télévision, d'un secteur de la production et d'un secteur musical au Canada.

Je dirais toutefois que ce n'est plus utile et que dans l'univers des quelque 500 canaux qui, en fait, sera un univers sans chaîne, et je serais heureux de répondre à vos questions sur ce paradoxe apparent—le conseil a au moins quatre domaines dans lesquels il doit prendre une position beaucoup plus ferme pour défendre l'intérêt public.

Tout d'abord, l'accès. J'aimerais que nous ayons davantage de temps pour parler de l'absurdité de la situation dans laquelle nous allons nous trouver à propos des nouveaux services spécialisés pour lesquels les câblodistributeurs prendraient soi disant un engagement en ce qui concerne l'accès. Je ne veux pas vivre dans un monde dans lequel trois câblodistributeurs contrôleront l'accès aux principaux réseaux à bande large et aiguillage rapide qui desserviront mon domicile, qui sont en conflit d'intérêt évident parce qu'ils sont propriétaires, contrôlent ou tirent des recettes de services non–réglementés qui n'ont rien à voir avec la programmation et qui contribuent à notre conscience nationale, tel que le canal sur le marché automobile—et qui sont ensuite libres de décider si un service magnifique tel que Bravo devrait être autorisé à parvenir à votre domicile.

Des voix: Oh, oh!

Le président: Si ce n'était pas poser pour la galerie, je ne sais pas ce que c'était.

M. Ellis: La deuxième question dont ils doivent s'occuper est celle des tarifs. Il y a là deux possibilités. On peut réglementer les tarifs et reconnaître que deux tiers des Canadiens ayant le câble ont un service de base élargi. C'est un volet de base pour lequel on doit réglementer les tarifs.

Ou l'on peut faire jouer la concurrence. Il est temps de laisser pénétrer les compagnies de téléphone et les fournisseurs de sans–fils ainsi que les entreprises qui se branchent sur le câble, les services de SRD et quiconque peut assurer le service. S'ils ne savent pas s'y prendre et font faillite, tant pis; ils ont le droit d'échouer. Il me semblait que c'était justement la caractéristique d'une économie de marché.

[*Texte*] [*Traduction*]

• 1610

The third area is privacy. I don't know if you have been following the controversy in the United States over the Clipper chip, but I have very serious concerns about what the intelligence community—in that odd phrase—may have in store for us as far as allowing in this country encrypted and entirely private telecommunication is concerned.

La troisième question est celle de la vie privée. Je ne sais pas si vous avez suivi la controverse qui fait rage aux États–Unis au sujet du dispositif du chiffrement Clipper, mais j'ai de très graves inquiétudes au sujet de ce que les milieux du renseignement peuvent nous réserver en matière de chiffrement des télécommunications privées au Canada.

The fourth area in which the commission has to be much more proactive is technical standards. We cannot leave this to chance. There are big players out there who would like to impose a de facto standard. If that happens, and we do not have open standards so that everybody who wants to can get into Canadian living rooms and businesses, then we will have a disaster on our hands that will make it even more difficult to use these industries to stimulate economic development and create jobs.

Le quatrième domaine dans lequel le Conseil doit jouer un rôle plus actif est celui des standards techniques. Nous ne pouvons pas nous en remettre au hasard. Il y a des intervenants puissants qui voudraient imposer un standard de facto. Si cela arrive et si nous n'avons pas de standards ouverts permettant à quiconque le souhaite d'avoir accès aux résidences et entreprises du Canada, ce sera catastrophique et il sera encore plus difficile d'utiliser ces secteurs pour stimuler le développement économique et créer des emplois.

I know those things are not of great interest to you as politicians, but I thought I'd mention it anyway.

Je sais que tout cela n'est pas d'un grand intérêt pour vous, politiciens, mais j'ai cru bon de le signaler quand même.

At this point, Mr. Chairman, rather than detail any more of my opinions on these matters, it might be useful if I stopped for questions, if that would suit you.

Je crois que je devrais m'arrêter là, monsieur le président; je pourrai expliciter davantage mes opinions sur tout cela, mais il serait peut–être utile que je m'arrête pour répondre aux questions, si cela vous convient.

The Chairman: Thank you very much. You've certainly given us a stimulating opening statement, which we're all grappling with here.

Le président: Merci beaucoup. Vous nous avez assurément fait un exposé stimulant que nous nous efforçons tous d'assimiler.

In the absence of Madam Tremblay I think I'll pass directly to Mrs. Brown.

En l'absence de M^me^ Tremblay, je crois que je vais céder la parole directement à M^me^ Brown.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Thank you very much, Mr. Chairman.

Mme Brown (Calgary Sud–Est): Merci beaucoup, monsieur le président.

It's a pleasure to be able to welcome you here today. I want to go back to some of the comments you made earlier. I guess this is an issue I have grappled with for some time. I don't know if I necessarily agree with the comments you made regarding telecommuting. I want you to expand a little more on that, if you don't mind.

C'est avec plaisir que je vous souhaite la bienvenue ici aujourd'hui. Je voudrais revenir à certaines observations que vous avez faites. En fait, il y a déjà quelque temps que je m'efforce de comprendre ce dossier. Je ne suis pas certaine d'être nécessairement d'accord avec vos remarques sur le télétravail à domicile. Je voudrais que vous nous en disiez un peu plus long là–dessus, si vous n'y voyez pas d'objection.

I think from a sociological perspective we know, as North Americans, a work environment that we've lived with all of our lives. We're really looking at a paradigm shift in terms of what the workplace is going to means for us. We also have not seen what a completely technologically based work environment is going to mean for us as people.

D'un point de vue sociologique, nous, Nord–Américains, sommes habitués à un milieu de travail que nous avons connu toute notre vie. Nous sommes confrontés à un changement de paradigmes quant à ce que le milieu de travail représentera pour nous à l'avenir. Par ailleurs, nous n'avons pas vu encore toutes les répercussions qu'aura sur les êtres humains un milieu de travail exclusivement axé sur la technologie.

I'm curious to know how you would address the issue of isolationism, the long–term effect of technology and how it's going to affect us if we do indeed work at home. What will we do about the relationship part, the relationships we develop as part of working?

Je suis curieuse de savoir ce que vous avez à dire au sujet de l'isolement, de l'incidence à long terme des techniques qui nous permettront effectivement de travailler à domicile. Quelles seront les répercussions sur les relations humaines que nous développons en milieu de travail?

I can certainly see someone who would be very focused on a job working at home with a completely narrow focus, not giving himself an opportunity to share ideas with other people if they chose not to, thereby closing himself off from further development, professionally or personally. I think that's a real limitation of telecommuting. But that's just my opinion.

Je peux assurément envisager quelqu'un qui travaille à la maison et qui est tellement étroitement concentré sur son travail qu'il peut exclure toute possibilité de partager des idées avec d'autres s'il le souhaite, se coupant ainsi de toute possibilité d'épanouissement tant professionnel que personnel. Je pense que c'est un aspect limitatif du télétravail à domicile. Mais c'est seulement mon opinion personnelle.

[*Text*]

Mr. Ellis: Your opinion is very well taken. I thank you for the question. I would respond in a couple of different ways.

First of all, I think it's very important that companies, particularly larger companies—I'm not talking now about self–employed people or very small entrepreneurs—who elect to introduce telecommuting into their business strategy do it on a basis that in absolutely no way disrupts the lives of the employees who may get involved.

I think there are a number of different ways of doing this. One is to make it voluntary.

I'm not suggesting that this is a perfect formula, that we'll all end up being telecommuters and that this will save our environment. There are pros and cons to the various approaches. But I certainly think we have to look at it very carefully. Company X with 20,000 employees should not decide arbitrarily to send them all home whether they like it or not. That's the first thing I would say.

Second, I think what you've said reinforces my comment about spending at least as much energy on looking at the human factors involved in the uses of technology as we do on making faster and faster modems, for example. That may be a little more easily said than done, but I think the point you raise is very well taken. It suggests to me that we have to play down the technologies, in a sense, and spend more time looking at the relationship between the human factor and the application of technology.

[*Translation*]

M. Ellis: Votre opinion est fort valable. Je vous remercie de la question. J'y répondrai sous divers angles.

Premièrement, il est très important que les compagnies, surtout les grandes compagnies—je ne parle pas de travailleurs indépendants ou de très petites entreprises—qui choisissent d'introduire le télétravail à domicile dans le cadre de leur stratégie d'affaires, le fassent de manière à éviter absolument de bouleverser la vie des employés en cause.

Il y a plusieurs manières d'y parvenir. Une solution serait d'en faire un programme facultatif.

Je ne dis pas que c'est la formule parfaite, que nous finirons tous un jour par devenir des télétravailleurs et que cela sauvera notre environnement. Chaque méthode a ses avantages et ses inconvénients. Mais je soutiens qu'il faut examiner la question très soigneusement. Une compagnie qui compte 20 000 employés ne doit pas décider arbitrairement de les renvoyer tous chez eux, que cela leur plaise ou non. Voilà mon premier élément de réponse.

Deuxièmement, ce que vous avez dit corrobore mon observation quand je disais qu'il faut consacrer au moins autant d'énergie à l'étude des facteurs humains dans l'application de la technologie qu'à la mise au point de modems de plus en plus rapides, par exemple. C'est peut–être un peu plus facile à dire qu'à faire, mais je pense que le point que vous soulevez est très valable. J'en conclut que nous devons mettre un peu moins l'accent sur la technologie, en un sens, et passer plus de temps à étudier les rapports entre le facteur humain et l'application de la technologie.

• 1615

I think in a broader picture I would suggest that the concern about isolationism in the age of networking and telecommuting—the information highway—is not entirely fair. I think worlds of possibilities are being opened up by these technologies that may far outweigh the disadvantages.

Now, I don't have any empirical evidence for that. My evidence is mostly anecdotal. I see my children—I have two teenagers and a boy in his early twenties—who are all very eager to get beyond their immediate environment and out into the world on Internet or whatever other network will allow them to communicate through cyberspace, so that they can begin to develop new kinds of relationships, relationships they would never have had a chance to develop in an earlier, more primitive technological environment.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Mr. Chairman, with your permission I would like to explore this a little more.

I did a long–distance Master's degree through the United States and went into PhD work. I had a modem on my computer. I did communicate in a limited fashion with my peers and professors in this manner, but I was in my forties while I was doing this. It's a far cry from younger people who are really eager and ancticipatory when it comes to the opportunities that are there. I did not explore those.

Sur un plan plus général, il me semble que les craintes concernant l'isolement dans cette ère de réseautage et de télétravail à domicile, l'ère de l'autoroute électronique, ne sont pas entièrement fondées. Je crois au contraire que ces techniques ouvrent d'immenses possibilités qui l'emportent de très loin sur les inconvénients.

Maintenant, je n'ai pas de données empiriques à l'appui de mes dires. Je m'appuie surtout sur des observations anecdotiques. Je vois mes enfants—j'ai deux adolescents et un fils qui est au début de la vingtaine—qui ne ratent pas une occasion d'aller au–delà de leur environnement immédiat et de se lancer dans le mode de l'Internet ou de tout autre réseau qui leur permet de communiquer dans l'espace hertzien, ce qui leur permet de nouer des relations nouveau genre qu'ils n'auraient jamais eu la possibilité de développer dans un environnement technologique antérieur plus primitif.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Monsieur le président, avec votre permission, je voudrais approfondir cet aspect.

J'ai fait une maîtrise à distance depuis les États–Unis et j'ai amorcé du travail de doctorat. J'avais un modem sur mon ordinateur. J'ai effectivement communiqué de façon assez limitée avec mes homologues et professeurs de cette manière, mais j'étais dans la quarantaine quand j'ai commencé à le faire. Ma situation était très différente de celle des jeunes qui déborde d'enthousiasme et ont hâte d'explorer toutes les possibilités qui s'offrent à eux. Pour ma part, j'ai pas vraiment poussé l'expérience très loin.

[*Texte*]

You are still going to be dealing with a large part of the population like me—I am still somewhat hesitant about that technology. I think we have not necessarily a schism but a difference in terms of how we approach those two parts of the population: one that's just entering the workforce; another that is within the workforce and has a huge amount of potential in terms of professional experience in that community.

You're talking about an anecdotal observation. Well, I'm telling you about mine, and my hesitation comes because of my own experience.

I had tremendous capacity on my computer. I could have availed myself of everything from here to Arabia. I didn't so choose, because I felt somewhat constrained by that box in front of me. I didn't see it really opening up a lot of opportunities, except very simple communications. I much preferred the environment, like this one, in which I could share ideas face to face.

Mr. Ellis: I think we're all familiar with the generation gap. It's something that is pretty much part of the conventional wisdom now.

I personally still have a few doubts about whether the Nintendo generation is really going to grow up to be quite as comfortable with new technologies, and computers in particular, as we all assume, but it is certainly obvious that there is a gap between, say, those in their teens and those in their fifties. I think that tells me this is not—

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I'm not 50 yet.

Some hon. members: Oh, oh!

The Chairman: Careful. I think that was an infringement of parliamentary privilege.

Mr. Ellis: That was just a general figure of speech, Mr. Chairman.

The Chairman: Be careful again.

Mr. Ellis: That's fine. I'm still forty–something myself, but not for much longer.

I would suggest to you that one of the problems we have in the discussion of technology in this country is that we so often regard it as a zero–sum game. We have this tendency to assume, because we are so uncomfortable with competition, because competition has a kind of an American feel to it, that we should just leave the gate in charge of the cultural gate keeper—the cable company this year, perhaps the telecos next year.

We also tend to assume that interactive television in the 500–channel universe, for example, like the information highway—and the two are not the same thing. We assume we are going to embrace them wholeheartedly or reject them, that either we will lose our shirts or have the greatest opportunity since the invention of the wheel. I keep trying to emphasize to people who will sit still long enough to listen that we now find ourselves in an environment in which transmission capacity is

[*Traduction*]

Il reste quand même pas mal de gens qui sont dans mon cas, c'est–à–dire que je suis encore quelque peu hésitante au moment d'aborder cette technologie. Il n'y a pas nécessairement un fossé entre ces deux éléments de la population, mais en tout cas il y a une différence dans la façon dont nous abordons cette réalité: il y a ceux qui viennent tout juste d'entrer sur le marché du travail; et d'autre part, ceux qui sont sur le marché du travail depuis longtemps et qui ont énormément de potentiel en matière d'expérience professionnelle dans ce milieu.

Vous avez mentionné des observations anecdotiques. Eh bien, je vous raconte ma vie justement pour vous faire comprendre que mon hésitation tient à ma propre expérience.

Mon ordinateur me donnait des possibilités extraordinaires. J'aurais pu puiser dans une foule de réseaux, jusqu'à l'autre bout du monde. Je n'ai pas choisi de le faire, parce que je me sentais quelque peu contrainte face à cette boîte placée devant moi. À mes yeux, cela ne m'ouvrait pas vraiment beaucoup de portes, me permettant seulement de communiquer très simplement. Je préférais de loin un environnement comme celui–ci où nous pouvons échanger des idées en tête à tête.

M. Ellis: Nous avons tous entendu parler du fossé des générations. C'est devenu un cliché.

Pour ma part, j'ai encore quelques doutes quant à savoir si la génération Nintendo va vraiment devenir aussi à l'aise avec les nouvelles techniques et notamment avec les ordinateurs que nous le supposons tous, mais chose certaine, il est évident qu'il y a un fossé entre, disons, les adolescents et les gens qui sont dans la cinquantaine. J'en conclus. . .

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je n'ai pas encore cinquante ans.

Des voix: Oh oh!

Le président: Faites attention. Je pense que c'était là une violation du privilège parlementaire.

M. Ellis: C'était une figure de style, monsieur le président.

Le président: Soyez tout de même prudent.

M. Ellis: Très bien. Je suis moi–même encore dans la quarantaine, mais pas pour longtemps.

L'un des problèmes qui se pose à mon avis quand on discute de technologie au Canada, c'est qu'on a bien souvent tendance à considérer que c'est un jeu à somme nulle. C'est–à–dire que nous avons tendance à supposer, parce que nous sommes tellement mal à l'aise avec la compétition, qui sonne un peu trop américain à notre goût, que nous devrions laisser tout cela entre les mains du responsable du dossier culturel—cette année, c'est la compagnie de câblodistribution, peut–être que l'année prochaine ce seront les entreprises de télécommunications.

Nous avons également tendance à supposer que la télévision interactive dans un univers de 500 canaux, par exemple, comme le permettra l'autoroute électronique—et je signale que ce n'est pas la même chose. Mais je disais que nous supposons que nous allons accepter tout cela à bras ouverts ou bien le rejeter, que nous perdrons notre chemise ou bien que ce sera un monde mirifique, la plus belle occasion depuis l'invention de la roue. Je ne cesse de rappeler à tous ceux qui veulent bien m'écouter que

[*Text*]

getting cheaper and cheaper and cheaper. More and more competitors want to become delivery providers. I think there are going to be ways to satisfy those in their forties, and even those in their fifties, who do not wish to interact with a computer or a TV set, while members of the same family, the younger generation, will find devices or methods for doing so.

My point is simply that we tend to look at these things in a very black and white fashion: either we're going to have interactivity or we're not. I think we're going to have a whole lot of different shades of it, and it's going to come incrementally.

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): I want to say thank you for coming. When you started to speak, I thought somebody had opened the windows and had let some fresh air in here.

I was very interested in what you had to say about section 3 of the Broadcasting Act and the whole notion of consumers versus citizens. I assume that act uses the word "citizens". Is that correct?

Mr. Ellis: I have it here in front of me. I'm not sure that it actually says that. This may be more impressionistic than—and I'm not a lawyer, so you shouldn't take my word for it.

Mr. Gallaway: That's okay. I won't take pity on you for that.

I'm also very interested in your idea of this 500–station universe. Last week we had Mr. Spicer here discussing very philosophically the possible role of the CRTC in this information highway—or "hypeway", as someone described it earlier.

Where does the consumer sit in terms of plugging into this? You talked about—and I'm going all over the map here—the extended basic not being regulated and 10 channels being added in the next year, whatever. How can consumers plug in on the basis that they want only some, not all, of these services? For example, if you wanted to watch Jimmy Swaggart 24 hours a day, could you do it? I understand there are people who do that.

Mr. Ellis: I think I'd have you put in a strait–jacket and carried away, but that's just my opinion.

Thank you for some stimulating questions there. I think I'd like to tackle the myth of the 500–channel universe, first of all. The 500–channel universe will be the no–channel universe—that's about as straightforward as I can put it.

Mr. Gallaway: You don't mean no theatre.

Mr. Ellis: No, no.

Mr. Gallaway: It won't be so specialized that we get to that.

Mr. Ellis: No. I say that because eventually there is going to be such ease of communication on a point–to–point basis, using motion video, there is going to be so much transmission capacity, and services are going to become so specialized, tht

[*Translation*]

nous sommes maintenant dans un environnement où la capacité de transmission coûte de moins en moins cher. De plus en plus de concurrents veulent transmettre nos messages. Je pense qu'il y aura des manières de satisfaire les gens qui sont dans la quarantaine ou même dans la cinquantaine et qui ne souhaitent pas interagir avec un ordinateur ou un téléviseur, cependant que les autres membres de la famille, les plus jeunes, auront tout ce qu'il faut pour satisfaire leur appétit à cet égard.

• 1620

Mon argument est simplement que nous avons tendance à envisager tout cela en noir et blanc, c'est–à–dire que l'interactivité existera ou bien il n'existera pas. Je crois plutôt que nous verrons toutes les nuances de gris en la matière et que le changement se fera graduellement.

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): Je tiens à vous remercier d'être venu. Quand vous avez commencé à parler, j'ai eu l'impression que quelqu'un avait ouvert les fenêtres pour laisser entrer l'air frais.

J'ai trouvé très intéressant ce que vous avez dit au sujet de l'article 3 de la Loi sur la radiodiffusion et sur toute la notion des consommateurs par opposition aux citoyens. Je suppose que dans la loi, on utilise le mot «citoyens». N'est–ce pas?

M. Ellis: Je l'ai ici sous les yeux. Je ne suis pas certain qu'on y trouve textuellement ce mot. C'est peut–être plus une impression que j'en retire; comme je ne suis pas avocat, vous ne devriez pas me croire sur parole.

M. Gallaway: Ça ira. Je ne vous prends pas en pitié pour cela.

Je m'intéresse beaucoup aussi à votre idée de l'univers de 500 canaux. La semaine dernière, nous avons reçu M. Spicer qui nous a parlé sur un plan très théorique du rôle possible du CRTC dans cette autoroute de l'information, que quelqu'un a qualifié tout à l'heure d'autoroute de la publicité.

Qu'advient–il du consommateur à cet égard? Vous avez aussi parlé—je fais ici un coq–à–l'âne—du fait que le service de base élargi n'est pas réglementé et que l'on ajoutera l'année prochaine dix canaux. Comment les consommateurs peuvent–ils se brancher s'ils veulent seulement quelques uns de ces services et non pas tous? Disons par exemple, que vous voulez regarder Jimmy Swaggard 24 heures sur 24, serait–ce possible? Je crois savoir qu'il y a des gens qui le font.

M. Ellis: Dans un tel cas, je crois que je vous ferais mettre la camisole de force et interner, mais c'est seulement mon opinion personnelle.

Je vous remercie de me poser des questions stimulantes. Je voudrais tout d'abord m'attaquer au mythe de cet univers de 500 canaux. En réalité, ce sera plutôt un univers sans canaux—voilà la façon la plus simple de décrire les choses.

M. Gallaway: Vous ne voulez pas dire sans théâtre.

M. Ellis: Non, non.

M. Gallaway: Ce ne sera pas assez spécialisé pour en arriver là.

M. Ellis: Non. Je dis cela parce qu'à un moment donné, il deviendra tellement facile de communiquer d'un point à un autre, par les procédés télévisuels, il y aura une telle capacité de transmission et les services deviendront tellement spécialisés que

[*Texte*]

we'll have to pay for virtually all of them. I see the day when people will pay for CBC programs, they'll pay for the Stanley Cup, they'll pay for everything. To say these sacred cows such as the Super Bowl will never be on pay–TV. . .of course they will be, eventually. It's just a matter of time.

An analogy is perhaps the best way to explain it. Forget about the TV guide and thinking of a telephone–sized TV guide and a scroll you move through. Somebody once figured out that it would take your entire per capita viewing allotment of the day to just scroll through 500 channels. It's going to become like going to the bookstore to buy a book.

By the way, one of the reasons the broadcasters who will come here to talk to you will seem a little anxious is that they are going to lose scheduling. I wouldn't want to be in the scheduling business, because scheduling is going to disappear. It started to disappear with the VCR. Time shifting is getting more and more into the hands of the end user and less and less into the hands of broadcasters.

• 1625

With scheduling is going to disappear channel identity, those little logos that have blossomed in the dozens in the lower right–hand corner. I don't want to put it too strongly. I guess to say they're a transitional strategy would be a charitable way of putting it. That's not how you establish a brand in any case; that's really just a way of trying to fight the clutter for now.

Eventually people are going to select what they want in the way they select a book. My favourite parable about this is that you don't go into a bookstore and come out reeling and saying, oh my God, there are 1,200 books in this bookstore; how will I ever find the book I want; and do you mean I have to pay for it? We have to start thinking in new and different ways about this kind of thing.

Another analogy might be the telephone. By the way, convergence of course means the convergence of the telephone, the computer and the television set. The telephone ultimately is the model for how television will work. You can look at the telephone as either one channel or 100 million channels. In other words, the idea of a channel becomes largely irrelevant. You will select things on the basis of something besides a channel. Channel 9, cable 8 will disappear. That's why CTV has made such a desperate attempt to brand itself as a network, because it is dying as a channel and it will be dead and gone by the end of the decade.

You talk about the 10 channels, and the pick–and–pay universe. The problem here for you as lawmakers, for the regulators and policymakers in general, is that we have always constructed the Canadian broadcasting system in a way that would allow popular services to cross–subsidize less popular services. That means selling them in packages.

There are some famous examples such as C–Channel, which went bankrupt in four or five months in the early 1980s. It was an early attempt at a kind of Bravo or Festival. Because it was way overpriced, it was left blowing in the wind and it was sold

[*Traduction*]

nous devrons payer pour quasiment chacun d'entre eux. Je vois venir le jour où les gens paieront pour capter des émissions de la SRC, ils paieront pour des matchs de la coupe Stanley. Ils paieront pour tout. Quand on dit qu'il y a certaines émissions sacrées comme le Super Bowl qui ne seront jamais diffusées sur la télévision payante, c'est faux, bien sûr qu'elles le seront, un jour ou l'autre. C'est seulement une question de temps.

Je vais essayé de l'expliquer par une analogie. Oubliez l'idée d'un téléguide qui aurait l'épaisseur d'un annuaire téléphonique ou qui prendrait la forme d'une bande qu'on déroule. Quelqu'un a déjà calculé que pour jeter un coup d'oeil sur une bande énumérant 500 canaux, il faudrait y consacrer tout le temps d'écran quotidien par habitant. Ce sera plutôt comme d'aller acheter un livre à la librairie.

Soit dit en passant, vous constaterez que les radiodiffuseurs qui viendront s'entretenir avec vous vous sembleront quelque peu inquiets, et c'est notamment parce qu'ils vont perdre la grille–horaire. Je ne voudrais pas travailler dans l'établissement des grilles–horaires, car tout cela va disparaître. Ça a déjà commencé à disparaître avec l'arrivée du magnétoscope. L'horaire est de plus en plus fixé par l'utilisateur final et de moins en moins par les radiodiffuseurs.

En même temps que la grille–horaire disparaîtra aussi l'identité des canaux, ces dizaines de petits logos qui ont fleuri dans le coin inférieur droit de l'écran. Je ne veux pas en parler de façon trop négative, mais disons, pour être charitable, qu'il s'agissait–là d'une stratégie de transition. De toute façon, ce n'est pas ainsi que l'on peut établir une marque; c'est simplement un effort en vue de combattre l'encombrement des ondes pour le moment.

À un moment donné, les gens choisiront ce qu'ils veulent tout comme ils choisissent un livre. Ma parabole favorite à ce sujet, c'est qu'on n'entre pas dans une librairie pour en ressortir en soupirant et en disant Dieu du ciel, il y a 1 200 livres dans cette librairie, comment pourrais–je jamais trouver le livre que je veux? Et vous voulez en plus que je paie pour l'acheter? Nous devons commencer à aborder tout cela de façon nouvelle et sous un angle différent.

On pourrait faire une autre analogie avec le téléphone. Soit dit en passant, la convergence signifie évidemment la fusion du téléphone, de l'ordinateur et du téléviseur. En fin de compte, le téléphone est le modèle de la future télévision. Vous pouvez considérer le téléphone comme un dispositif à un seul canal, ou bien à 100 millions de canaux. Autrement dit, l'idée même de canal ne signifie plus rien. On ne choisira plus en fonction d'un canal, mais de quelque chose d'autre. Les canaux nos 9 ou 8 disparaîtront. C'est pourquoi CTV a fait une tentative désespérée pour se présenter comme un réseau, parce que c'est un réseau qui se meurt et qui aura disparu d'ici la fin de la décennie.

On parle de dix canaux et de l'univers du paiement à l'unité. Votre problème, à titre de législateurs, de réglementeurs et de décideurs politiques en général, c'est que nous avons toujours structuré le réseau canadien de radiodiffusion de manière à permettre l'inter–financement entre les services populaires et ceux qui le sont moins. Pour cela, il faut vendre le tout sous forme d'ensemble.

Il y en a des exemples célèbres comme le canal C, qui a fait faillite dans l'espace de quatre ou cinq mois au début des années quatre–vingt. C'était l'une des première tentatives en vue d'établir d'établir une sorte de Bravo ou de Festival. Comme cela coûtait

[*Text*]

on its own, instead of as part of a package. That's the way we do things in Canada. La Chaîne would never survive in a free marketplace, and neither would many of the commercial specialty services, despite what seems to be their enormous profitability.

For the time being, cable subscribers are going to be up in arms again. As I heard people telling me on a radio talk show in Vancouver on Monday, the CRTC and you guys in the government are shoving more channels down our throats and making us pay more money.

My response to that, I guess, is twofold. First of all, if you want to read the sports section in *The Ottawa Citizen*, you've got to buy the whole paper. Maybe that was a bad example. Let me go to Toronto, where there is more than one newspaper. If you don't like the sports section in *The Toronto Star*, you've got a couple of other choices.

The problem with the way we do things now is that we package these things in a way that will allow them to survive and promote our cultural identity, in theory. They are then sold in a way that is not regulated, the pricing is not regulated, and we don't give people any other options.

If I wanted to go to one of the phone companies or a DTH provider, maybe they could give me a package that was more to my liking and still make a buck, but we'll never know until we let them into the game.

The Chairman: Okay. We're rapidly running out of time, unfortunately, because we've got another guest who has arrived. We started a bit late. We have time for a couple more questions.

Are there any other burning questions? I'm sure there are lots of questions and they'd like to take you out for dinner probably and ask you lots of things.

Mr. de Jong.

Mr. de Jong: I've sort of been concerned too with much of what you're saying, with the Rogers take–over and just not knowing or not having a clear sense myself of what's happening, what is in the public interest, and being concerned about whether anybody out there is really focusing in on answering the questions of what is in the public interest. I see all the large corporate entities being quite involved—they are gambling billions of dollars—but with all these structures and advisory committees the government has sent, I wonder whether anybody is actually looking out for the public interest.

• 1630

Mr. Ellis: I'm very dismayed about this because we have a very weak consumer advocacy movement in this country. Although I don't purport to be a consumer advocate, I tend to be a little more concerned than many people with audience interests.

[*Translation*]

beaucoup trop cher, on l'a vendu séparément au lieu de l'intégrer à un ensemble, signant ainsi son arrêt de mort. C'est ainsi qu'on fait les choses au Canada. La chaîne française ne survivrait jamais dans un marché libre, pas plus que l'un ou l'autre des services spécialisés commerciaux, en dépit de leur potentiel de rentabilité qui semble énorme.

Pour le moment, il y aura une nouvelle levée de boucliers de la part des abonnés du câble. Lundi dernier, je participais à une ligne ouverte radiophonique à Vancouver et des auditeurs m'ont dit que le CRTC et vous autres, parlementaires, nous obligeaient à payer de plus en plus cher pour souscrire à d'innombrables canaux.

Ma réponse à cela est double. Premièrement, si vous voulez lire le cahier des sports du journal *The Ottawa Citizen*, vous devez acheter le journal au complet. C'est peut–être un mauvais exemple. Prenons plutôt Toronto, ou il y a plus qu'un quotidien. Si vous n'aimez pas le cahier des sports du *Toronto Star*, vous avez le choix de plusieurs autres journaux.

Le problème, dans la façon dont nous faisons les choses actuellement, c'est que nous commercialisons tout cela sous forme d'ensemble qui nous permet d'assurer leur survivance et de promouvoir notre identité culturelle, du moins en théorie. Mais c'est vendu d'une manière non réglementée, le prix n'est pas réglementé et nous ne donnons pas le choix aux gens.

Si je m'adressais à une compagnie de téléphone ou à un fournisseur de SRD, peut–être pourrait–on m'offrir un ensemble qui serait davantage à mon goût tout en étant quand même rentable, mais nous ne le saurons jamais tant que nous ne le permettrons pas de se lancer dans ce marché.

Le président: D'accord. Le temps nous presse malheureusement car nous avons un autre invité qui vient d'arriver. Nous avons commencé un peu en retard. Il reste assez de temps pour deux autres questions.

Y a–t–il d'autres questions brûlantes? Je suis certain qu'on aurait beaucoup de questions à poser et que les membres du comité aimeraient probablement vous inviter à dîner pour poursuivre la conversation.

Monsieur de Jong.

M. de Jong: Je suis moi aussi quelque peu préoccupé par bien des choses que vous avez dites, notamment par l'acquisition faite par la compagnie Rogers et aussi parce que je ne comprends pas tout à fait ce qui se passe exactement, ce qui est dans l'intérêt public et je ne sais trop s'il y a quelqu'un quelque part qui s'occupe de déterminer ce qui est vraiment dans l'intérêt du public. Je vois que toutes les grandes entreprises s'y intéressent—elles y misent des milliards de dollars—mais avec toutes ces structures et ces comités consultatifs qu'a envoyé le gouvernement, je me demande si quelqu'un se préoccupe vraiment de l'intérêt public.

M. Ellis: Je suis vraiment très consterné par tout cela, parce qu'il n'existe au Canada qu'un très faible mouvement de protection des intérêts des consommateurs. Bien que je ne prétende pas être un porte étendard des consommateurs, je suis peut–être un peu plus préoccupé que bien d'autres par la défense de l'intérêt des auditeurs.

[*Texte*]

I've come here to speak to you, but without representing any lobby, interest group or corporation. At least two of my current clients are in this room, so I haven't been able to say anything that would offend either of them, but I think the problem we face is that we have a regulator whose job has been interpreted as protecting cultural sovereignty. That's their interpretation of the public interest.

How do we do that? We make cable into a territorial monopoly, and we make them the cultural gatekeeper. What have we got back? Of their net revenues, 6%. Even if you compare that in terms of the community channel and a few other odds and ends... Compare that to the broadcasters, who have put something like 33% of their net revenues into Canadian programming. It doesn't make sense to me to call this a cultural gatekeeper if the return on your investment is 6%. I guess my main message to you today is that we have to change our interpretation of the public interest.

I'm very gratified to hear Mr. Spicer begin to say—although there are many things I don't like about what they've been saying in the last year or so in their decisions—that eventually we will have to get out of this channel scarcity and content business, but that regulation will be as inevitable as taxes. I think that's fine as long as it's regulation that will protect the public interest of people who will be on these networks, including content providers—the creative community—who want access to these networks on fair terms and who will not have to go up against somebody who controls 40% of the market and has a conflict of interest about whether or not my tropical fish channel can get on to that high–speed network and into your home.

The Chairman: As we head toward a conclusion—we may have to have you back, as I fear you've been too interesting—a couple of things come out of this. You were talking about this the other night in your lecture at Hart House on the whole notion of public broadcasting in such a world. The Broadcasting Act says that the function of the Canadian broadcasting system is to safeguard, enrich and strengthen the cultural, political, social and economic fabric of Canada.

Of course we are very interested in the political fabric—we're interested in the rest of it too—but it seems to me that the whole notion of citizens versus consumers, which I think we alluded to earlier today, hasn't really left us with the impression of what a public broadcaster might be expected to do in such a world. To me and to others, I suspect, these things do not seem completely useless tasks. These are still honourable tasks.

Within that world in which we're going to be navigating, how do we make sure there is a strong expression of a political and social culture, whether it's at a local level

comme dans le Québec où c'est très, très important de sauvegarder la culture par la voie de la télévision?

[*Traduction*]

Je suis venu comparaître ici, mais sans représenter aucun lobby, aucun groupe d'intérêts, aucune société. Comme au moins deux de mes clients se trouvent dans la salle, je ne peux pas dire quoique ce soit qui risquerait de leur porter atteinte, j'estime néanmoins que le problème tient au fait qu'on interprète le mandat de l'organisme de réglementation comme signifiant que celui–ci doit protéger la souveraineté culturelle. C'est là leur interprétation de l'intérêt public.

Comment y arrivons–nous? Nous nous introduisons dans un monopole territorial, et nous les transformons en gardien de la culture. Qu'en retirons–nous? De leurs recette nettes, 6 p. 100. Même si on compare cela à ce que touche le canal communautaire et deux ou trois autres canaux... Comparez cela à ce que touche les radiodiffuseurs, qui investissent environ 33 p. 100 de leur recettes nettes dans la programmation canadienne. Cela ne rime à rien à mes yeux qu'on vous appelle gardien de la culture quand votre revenu d'investissement est de 6 p. 100. En somme, ce que je tiens à vous dire aujourd'hui, c'est que nous devons changer notre interprétation de l'intérêt public.

Je suis très heureux d'entendre M. Spicer commencer à dire—bien qu'il y ait bien des choses que je n'aime pas dans ce que le conseil a dit l'année dernière en rendant sa décision—qu'en fin de compte nous devrons bien venir à bout de cette pénurie de canaux et régler la question du contenu, mais que pour cela la réglementation sera aussi inévitable que l'impôt. Je suis d'accord dans la mesure où c'est la réglementation qui protégera l'intérêt public de ceux qui feront partie de ces réseaux, notamment les pourvoyeurs de contenu—la communauté des créateurs—qui veulent un accès équitable à ces réseaux et qui n'auront pas à affronter quelqu'un qui contrôle 40 p. 100 du marché et qui n'a peut–être pas intérêt à ce que mon canal de poissons tropicaux accède à ce réseau ultra–rapide et aboutisse sur votre petit écran.

Le président: Comme nous approchons de la fin—nous devrons peut–être vous demander de revenir, car je crains que vous ayez suscité un très vif intérêt—deux ou trois éléments ressortent de tout cela. Vous en parliez l'autre soir au cours de votre conférence à Hart House au sujet de la radiodiffusion publique dans un monde comme celui–ci. La loi sur la radiodiffusion dispose que la fonction du réseau canadien de radiodiffusion est de protéger, d'enrichir et de renforcer le tissu culturel, politique, social et économique du Canada.

Bien sûr, le tissu politique nous intéresse beaucoup—comme le reste d'ailleurs—mais il me semble que toute cette idée de l'opposition entre les citoyens et les consommateurs, à laquelle vous avez fait allusion plus tôt, ne nous a pas vraiment fait comprendre ce à quoi on doit s'attendre de la part d'un radiodiffuseur public dans un monde comme celui–là. Pour moi et pour d'autres, je suppose, ces tâches ne semblent pas tout à fait inutiles. Elles demeures des tâches honorables.

Dans ce monde où nous allons naviguer, comment pouvons–nous nous assurer que soit fortement exprimée la culture sociale et politique, que ce soit au niveau local

like in Quebec where it is very very important to protect culture through television?

[*Text*]

Or whether it's at the level of...you say we can't do communities any more, but something like CITY–TV in Toronto seems to me to be very culturally and city specific. Whether it's the political culture that allows Canadians to recognize colleagues as national personalities and to take these debates that we've been having over the past few months seriously as part of a national political culture, where is the old–fashioned role of broadcasters to help citizens and Canadians? What comes out of all that?

[*Translation*]

Ou que ce soit au niveau...vous dites que nous ne pouvons plus penser aux chaînes communautaires, mais quelque chose du genre de City TV à Toronto me semble avoir une emprise directe sur la culture et la vie urbaine. S'agit–il de la culture politique qui permet aux Canadiens de reconnaître dans leurs collègues des personnalités d'envergure nationale et de considérer nos débats des derniers mois comme faisant vraiment partie de la culture politique nationale, est–ce le rôle traditionnellement dévolu aux radiodiffuseurs qui consiste à aider les citoyens et les Canadiens? Que ressort–il de tout cela?

• 1635

Mr. Ellis: Mr. Chairman, you alluded to my address at Hart House the other day, and one of the things I tried to do in responding to that kind of concern was to suggest if you take as one of the fundamental tenets of public broadcasting that the public broadcaster demonstrate respect for the audience and respect for the creative community, then there are much better ways to ensure that respect will continue to play a role in our broadcasting system.

That leaves certain major questions unanswered, such as how you finance a structure that allows that kind of mutual respect to flourish. I'm somewhat pessimistic about that.

I also said in the course of that address at Hart House, if you recall, that I thought the CBC's mandate was outmoded, far too ambitious and very much in need of being brought up to date. This is not just because of changes in technology but because of changes in the whole concept of public discourse and changes in the public interest, as I tried to suggest in reply to Mr. de Jong's question.

The Chairman: What bits, if you could pick, are still "moded"—or whatever the opposite of outmoded is, maybe "inmoded"—what bits are still relevant? What bits would you retain?

Mr. Ellis: This is a very, very difficult question to answer because I am very pessimistic about the fate of general interest, conventional networks. I think if we are going to see a rejuvenation and a continued role for the CBC it is going to be increasingly difficult to use the general interest networks as vehicles for the promotion of the values you've alluded to.

This is not a very popular view, because the whole basis on which the CBC was founded, of course, was that they should be first and foremost in the task of nation–building. But there are many, many forces now militating against the ability of a general interest network that is not only of general interest but is financed from public funds, responds to the needs of the regions and can survive the horrendous competition, both domestic and foreign. I think this may be asking the corporation to do too much.

M. Ellis: Monsieur le président, vous avez parlé de mon allocution à Hart House l'autre jour. L'une des choses que j'ai voulu faire en parlant des préoccupations de cet ordre, c'était de dire que si l'un des principes fondamentaux de la radiodiffusion publique est que le radiodiffuseur public doit faire preuve de respect envers l'auditoire et envers la communauté des créateurs, il y a alors de bien meilleurs moyens de s'assurer que le respect continue de jouer un rôle dans notre système de radiodiffusion.

Certaines grandes questions demeurent sans réponse, comme celles de savoir comment financer une structure qui permette l'épanouissement du respect mutuel. Je suis assez pessimiste à ce sujet.

J'ai aussi dit au cours de cette allocution à Hart House, si vous vous souvenez bien, que j'estimais que le mandat de la Société Radio–Canada était dépassé et beaucoup trop ambitieux et qu'il était grand temps de le mettre à jour. Pas seulement en raison de l'évolution technologique, mais aussi de celle du concept du discours public et aussi de l'intérêt public, comme j'ai essayé de le dire en répondant à la question de M. de Jong.

Le président: Quels éléments, si vous pouviez les définir, sont encore actuels—ou ne sont pas dépassés—quels éléments sont toujours valables? Lesquels conserveriez–vous?

M. Ellis: Il est extrêmement difficile de répondre à cette question, parce que je suis très pessimiste quand je songe au sort de l'intérêt général, aux réseaux conventionnels. Je pense que si nous devons assister à une renaissance de la Société Radio–Canada et si elle doit continuer de jouer un rôle, il sera de plus en plus difficile d'utiliser les réseaux d'intérêt général comme moyen de promotion des valeurs que vous avez mentionnées.

Cette idée ne rallie pas les foules, parce que la Société Radio–Canada avait bien sûr été créée en s'appuyant sur le principe qu'elle devait veiller d'abord et avant tout à forger l'unité nationale. Cependant, de très nombreuses forces minent maintenant la capacité d'un réseau d'intérêt général, qui est non seulement d'intérêt général mais aussi financé par les deniers publics de répondre aux besoins des régions et de survivre à une effarante concurrence, d'origine tant nationale qu'étrangère. Je pense que c'est peut–être trop demander à la Société Radio–Canada.

[*Texte*]

Although, again, this is a very controversial view and I know there are many people at the corporation who feel strongly the general interest, main networks should go on forever, I believe the CBC's attempt in the last few years to move into specialty services is logical and timely and is ultimately how they will help give us our own window on the world and a window on our own experience.

I think Newsworld is a good example. Newsworld has a very small share of the audience, but as I suggested a few minutes ago, I don't think that is any longer the most important way or the only way to measure the success of a particular service.

The Chairman: I think we could go on all afternoon and all evening. It's been a great help to us, not only for the general theme we started with, which was culture on the information highway, but as we move towards our full look at the question of the CBC in the fall.

Mr. Ellis: Mr. Chairman, could I just add one parting shot here? I think it might help your deliberations if you look at the possibilities for industrial development, cultural development and perhaps even political development, to some degree, as not being tied to a particular appliance we have taken for granted, such as the TV set. I hesitate to give any examples without thinking this through, but there may be national institutions that will serve us best through some other kind of appliance, such as the computer.

• 1640

This is just part of my general suggestion to you that you try to throw away as many of the old categories as possible and begin to look at the world with fresh eyes.

The Chairman: Well, thank you for helping us to do so, and we look forward to probably having you back. Thank you very much.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Mr. Chairman, just before our next guest, I would like to ask the indulgence of the chair. Could he please assure me that the motion I am going to bring forward will be discussed today?

The Chairman: Yes.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): We're running out of time and we need to have a certain number of members at the table to discuss the motion. I don't want this to just dribble away and disappear because of lack of members.

The Chairman: Yes, got you. How many are we?

Mrs. Brown (Calgary Southeast): We have six people here.

The Chairman: Actually, we only have five who can vote.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): But what about you? There are six.

The Chairman: Well, there we are.

[*Traduction*]

Bien que, comme je le répète ce soit là un point de vue très controversé, et je sais que bien des gens à la Société Radio–Canada croient fermement que les grands réseaux d'intérêt général doivent subsister à jamais, je crois qu'il était logique et opportun pour la Société Radio–Canada de s'efforcer comme elle l'a fait ces dernières années de s'introduire dans les services spécialisés, et c'est finalement ainsi qu'elle va contribuer à nous donner une fenêtre sur le monde et sur notre propre expérience.

Je pense que Newsworld est un bon exemple. Newsworld n'accapare qu'une très faible part de l'auditoire, mais comme je le laissais entendre il y a quelques instants, je ne pense pas que ce soit encore la façon la plus sûre ni la seule façon de mesurer la réussite d'un service donné.

Le président: Je pense que nous pourrions continuer d'en discuter tout l'après–midi et toute la soirée. Votre participation nous a été très utile, non seulement pour l'avancement de l'examen du thème général que nous nous étions donné au début, soit la culture et l'autoroute électronique, mais aussi pour l'examen de la Société Radio–Canada que nous allons entamer à l'automne.

M. Ellis: Monsieur le président, pourrais–je ajouter une dernière chose? Je pense qu'il serait bon qu'au cours de vos délibérations vous réfléchissiez au fait que les possibilités de développement industriel, culturel et peut–être même dans une certaine mesure, politique ne sont pas liées à un appareil donné que nous tenons maintenant pour acquis, le téléviseur. J'hésite à vous donner des exemples sans y avoir beaucoup réfléchi, mais il y a peut–être des institutions nationales qui nous serviraient mieux par l'intermédiaire d'un autre appareil, je pense à l'ordinateur.

Cela dit pour revenir à la proposition d'ordre général que je vous faisais, à savoir qu'il faut essayer autant que possible de rejeter les vieilles catégories et commencer à poser un regard neuf sur le monde.

Le président: Merci de nous avoir aidé à le faire, et nous aurons probablement le plaisir de vous accueillir à nouveau. Merci beaucoup.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Monsieur le président, avant d'accueillir le prochain témoin, j'aimerais demander au président s'il veut bien me donner l'assurance que la motion que je vais proposer sera débattue aujourd'hui?

Le président: Oui.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Le temps file et il faut qu'un certain nombre de membres soient présents pour qu'on puisse discuter de la motion. Je ne voudrais pas qu'elle soit reléguée aux oubliettes parce qu'il n'y a pas suffisamment de membres présents.

Le président: Oui, je comprends bien. Combien sommes–nous?

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Nous sommes six.

Le président: En fait, seulement cinq peuvent voter.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Et vous? Il y a six membres.

Le président: Alors, c'est cela.

[*Text*]

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I want to have the assurance of the committee. I will wait, but I'll be very disappointed if people disappear.

The Chairman: Well, as Mr. Ellis makes his departure and Mr. Kelly makes his arrival, let me just informally check with colleagues. We will obviously want to give a fair hearing to Mr. Kelly. We also want to have a fair discussion of the motion.

Would it be agreeable, given people's other obligations, if we extended the meeting to 5:20 p.m. or 5:30 p.m.? Okay, 5:20 p.m. We'll try to do that.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Thank you.

It was a courtesy to our guests here today that I not bring the motion forward earlier.

The Chairman: I'm sure both our guests and the committee appreciate it.

Thank you for your indulgence in waiting for us. We won't give a long introduction because we do have some background notes, but I do want to stress the importance in this investigation, which was started in one form and is seguing gracefully into another in the fall, of talking directly to the cultural community and its representatives.

I know there was some criticism, when the information highway task force was struck, that there was not sufficient representation on it. I'm not making any comment on that criticism, but I do think it entirely appropriate to say that this committee on heritage pays a great deal of attention to the cultural community.

We welcome you as this committee's first—but I'm sure not it's last—representative.

Mr. Keith Kelly (National Director, Canadian Conference of the Arts): Thank you very much, Mr. Chairman. Before we get into the nuts and bolts of the impact of the new technologies on the arts and cultural industries I just want to make sure we set the stage for this discussion.

The arts and cultural industries worldwide make up a $200–billion–a–year industry. In Canada they account for the employment of between 350,000 and 425,000 artists and cultural workers. The arts and cultural industries contribute $22 billion to the Canadian economy every year.

We've also experienced very high levels of growth in terms of job creation. For example, in the film and video industry alone, between 1987 and 1992 employment in British Columbia grew by 414%, in Quebec by 638%, and in Ontario by 35%. The overall cultural labour market has grown at a rate of 122% over the last 10 years.

So when we begin to talk about the impact of the new technologies on the arts and cultural industries, I think it's important to have a sense that this is not a peripheral interest but something that is of real importance to the entire Canadian economy.

We in Canada have, as David Ellis mentioned, talked about defending our cultural identity through a variety of protections for Canadian cultural expression. Yet according to the last estimates we have, 90% of the sound recording industry

[*Translation*]

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): J'aimerais avoir l'assurance du comité. J'attendrai, mais je serai très déçue que des membres du comité quittent la salle.

Le président: Comme M. Ellis nous quitte et que M. Kelly arrive, permettez–moi de demander ce qu'en pensent nos collègues. Nous voulons bien sûr donner à M. Kelly l'occasion de se faire entendre. Nous voulons aussi avoir le temps de bien débattre la motion.

Seriez–vous d'accord, en raison d'autres engagements de certains, si nous prolongions la séance jusqu'à 17h20 ou 17h30? D'accord, pour 17h20. C'est ce que nous allons essayer de faire.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Merci.

C'était par courtoisie envers les témoins que je n'ai pas présenté la motion avant.

Le président: Je suis sûr que les témoins et le comité s'en rendent bien compte.

Merci d'avoir eu l'indulgence de nous attendre. Nous n'allons pas faire de longues introductions étant donné que nous avons déjà des notes d'information, mais je tiens à rappeler qu'il importe au cours de cette enquête entreprise d'une certaine façon et qui se poursuive harmonieusement sous une autre forme à l'automne, de s'entretenir directement avec la communauté culturelle et ses représentants.

Je sais qu'on a déploré le fait, quand le groupe de travail sur l'autoroute électronique a été créé, qu'il n'y ait pas eu suffisamment de représentants. Je ne me prononce pas sur la question, mais je pense effectivement qu'il est tout à fait juste de dire que le comité du Patrimoine accorde une grande attention à la communauté culturelle.

Nous vous souhaitons la bienvenue au comité qui accueille en vous son premier—mais certainement pas le dernier—représentant.

M. Keith Kelly (directeur national, Conférence canadienne des arts): Merci beaucoup, monsieur le président. Avant que nous discutions à fond de la répercussion des nouvelles technologies sur les arts et les industries culturelles, je tiens à m'assurer que nous posions les jalons de la discussion.

Les arts et les industries culturelles représentent à l'échelle mondiale un marché de 200 milliards de dollars. Au Canada, ce secteur emploie de 350 000 à 425 000 artistes et travailleurs culturels. Chaque année, les arts et les industries culturelles apportent 22 milliards de dollars à l'économie canadienne.

Nous enregistrons également de forts taux de croissance au chapitre de la création d'emplois. Par exemple, dans la seule industrie du cinéma et des vidéos, de 1987 à 1992, l'emploi en Colombie–Britannique a cru de 414 p. 100, au Québec de 638 p. 100, et en Ontario de 35 p. 100. L'ensemble du marché de l'emploi culturel a augmenté de 122 p. 100 depuis dix ans.

Ainsi, quand on commence à parler de l'incidence des nouvelles technologies sur les arts et les industries culturelles, il me semble important de comprendre que ce n'est pas un secteur d'intérêt secondaire mais qui a une importance véritable pour toute l'économie canadienne.

Nous, au Canada, comme le mentionnait David Ellis, avons parlé de défendre notre identité culturelle par diverses mesures visant à protéger l'expression culturelle canadienne. Pourtant, selon les dernières estimations dont nous disposons, le réseau de

[*Texte*]

distribution system is controlled by non–Canadians, 96% of screen time in commercial cinemas is controlled by non–Canadians, and 77% of news–stand sales of magazines is dominated by the Americans. So pervasive is the American presence that it has really meant a very formidable challenge to Canadian artists and cultural workers.

• 1645

In the new technologies, we expect that presence to increase. It's not enough that we see the American product on our television screens, on our cinema screens, in our bookshops and in our newspaper racks, but through secondary marketing the cultural icons of the United States have really found a place that even extends to the breakfast table. When Canadian children pour their Shreddies, they get an extra treat of the Flintstones in case they've missed the television marketing and the cinema marketing.

So that is the challenge and that is the context in which we really look to the issue of the impact of new technologies on the arts and cultural industries in Canada.

You will see from our brief, which I have submitted to you, that from here on it really does get into plumbing—that is, revisiting some of the issues that David Ellis raised about rethinking the federal role in the arts and cultural industries in this new information environment. There are a lot of people who see the 500–channel universe and direct–to–home satellites and all of the new distribution technologies as a threat to Canadian culture. We would prefer to look at it as an opportunity, but an opportunity that brings with it the obligation to put into place certain structures that will allow us to ensure that a Canadian presence continues to exist.

I think it's also important to say that we are not interested in shutting out foreign influences. First of all, it's impossible. Canadians have access to a wide array of foreign cultural material. What we want to ensure is that in this broad universe of choice that is emerging, Canadian options are always going to be available to Canadian audiences when they choose to see them.

When we look at the environment right now, the key player, and the most activity in the development of new technologies and the way they're unfolding in Canada, has really not been government; it has been the commercial sector itself. For example, the Stentor alliance announced the beacon initiative, an $8 billion to $10 billion investment in the development of the electronic highway, which would create 12,000 jobs—this at the same time as the CRTC is ruminating about whether or not the telephone companies will have a role to play in this broadened universe.

We have seen the split–run edition of *Sports Illustrated*, which for a lot of people is an issue strictly addressing the Canadian magazine industry but is also a very important sign that the protective structures we've put around culture can now be successfully evaded by technology. We have seen the Rogers take–over of Maclean Hunter and the recent acquisition of Paramount by Viacom.

[*Traduction*]

distribution des enregistrements audio est contrôlé à 90 p. 100 par des non–Canadiens, le temps de projection dans les cinémas commerciaux est contrôle à 96 p. 100 par des non–Canadiens, et les Américains accaparent 77 p. 100 des ventes de revues dans les kiosques à journaux. La présence américaine est si envahissante qu'elle pose un défi extraordinaire aux artistes et aux travailleurs culturels canadiens.

Dans les nouvelles technologies, nous nous attendons à ce que cette présence s'intensifie. Comme s'il ne suffisait pas de voir la production américaine sur nos écrans de télévision, nos écrans de cinéma, dans nos librairies et dans nos kiosques à journaux, par la commercialisation secondaire, l'économie culturelle des États–Unis a vraiment trouvé un moyen de nous relancer dès le petit déjeuner. Quand les enfants Canadiens se versent un bol de céréales Shreddies, on leur administre une dose supplémentaire de pierres à feu au cas où ils auraient échappé aux campagnes de commercialisation de la télévision et du cinéma.

Voilà la nature du défi et c'est dans ce contexte que nous envisageons la question de l'incidence des nouvelles technologies sur les arts et les industries culturelles au Canada.

Vous constaterez dans notre mémoire, que je vous ai remis, que désormais il va vraiment falloir repenser les structures—c'est–à–dire, qu'il faut revoir certaines des questions que David Ellis a soulevé au sujet de la redéfinition du rôle fédéral dans les arts et les industries culturelles compte tenu du nouveau monde de l'information. Bien des gens craignent que l'arrivée de 500 canaux et les satellites de radiodiffusion directe ainsi que toutes les nouvelles technologies de distribution menacent la culture canadienne. Nous préférons, quant à nous, y voir une occasion à saisir, une occasion cependant qui comporte l'obligation de mettre en place certaines structures nous permettant de garantir le maintien de la présence canadienne.

Je pense qu'il importe aussi de dire que nous ne cherchons pas à bannir les influences étrangères. Tout d'abord, c'est impossible. Les Canadiens ont accès à un vaste assortiment de documents culturels étrangers. Ce que nous voulons, c'est que parmi ces innombrables possibilités qui s'offriront, les auditeurs canadiens aient toujours accès à des émissions canadiennes quand ils voudront en regarder.

Telles que les choses se présentent actuellement, le principal acteur, celui qui a été le plus actif dans la mise au point de nouvelles technologies est celui qui a contribué le plus à leur évolution au Canada, ce n'est pas vraiment le gouvernement; c'est le secteur commercial. Par exemple, l'Alliance Stentor a annoncé l'initiative Beacon, un investissement de 8 à 10 milliards de dollars dans le développement de l'autoroute électronique qui créerait 12 000 emplois—au moment même où le CRTC se tâte et essaie de voir si les compagnies de téléphone auront ou non un rôle à jouer dans cet univers élargi.

L'édition à tirage partagé de *Sports Illustrated* est pour bien des gens une question qui ne concerne que le secteur canadien des publications, mais c'est aussi un indice très révélateur du fait que la technologie permet maintenant de passer outre aux structures que nous avons mises en place pour protéger la culture. Nous avons vu Rogers reprendre Maclean Hunter et Viacom acquérir récemment Paramount.

[*Text*]

Now, as the brief says—again this is an issue where we have put the finger on the issue of Canadian ownership of Canadian cultural industries—when Paramount was up for grabs in the United States, the key players of the American telecommunications industry were trying to outbid each other to get their hands on Paramount. That was because they saw—and they said this quite openly—that the synergy between content and carrier would put them in a very competitive position in the unfolding of the American information highway.

As Viacom prepares to apply to Investment Canada to take over the Canadian holdings of Paramount, one can wonder if they have checked those aspirations at the border when they make their move to acquire the Canadian holdings of Paramount.

This is happening very quickly. None of these developments is waiting for anyone. So what in the manner of public policy should we be doing to ensure that if the Government of Canada sees a role for itself in ensuring that these technologies do continue to serve national, economic, social and cultural objectives, they will have a role to play?

• 1650

The 500–channel universe, DTH, services on demand and information highway are seen as different issues, but really they're all symptomatic of the same convergence of technology and the way these things are coming together. Yet the federal government currently has the CRTC ruminating about a series of issues in Hull, and the Information Advisory Council—which still does not represent the interests of artists and creators, the very producers of content—thinking about a separate series of issues here. We have the Department of Canadian Heritage responsible for cultural development issues, yet telecom content and ownership policy is in the hands of the Department of Industry.

No single vision has emerged within the federal system that allows development of a national strategy that will ensure that if the federal government sees a role for itself, it can actually play one.

These things are unfolding very quickly. Time is of the essence.

There have been some developments in the past five years in the legislative area with the passage of the Broadcasting Act and the Telecommunications Act. One of the curious things about the Telecommunications Act is that when the previous government tabled its own legislation, there was a preamble that ensured that the telecom act would bind players in the telecom area to furthering national, social, cultural and economic objectives. But the government amended its own legislation to drop those constraints.

Now I think we're beginning to see that the separation of these issues from our broader national objectives is probably a mistake and really has to be addressed very quickly.

The unfolding changes in new technologies of course have a real impact on the way arts and cultural industries are created and distributed. It offers to our sector new opportunities to access Canadian audiences and to ensure that they have access

[*Translation*]

Comme nous le disons dans le mémoire—et c'est encore ici un cas où nous devons reparler de la propriété canadienne des industries culturelles canadiennes—quand Paramount a été mis en vente aux États–Unis, les principaux intervenants du secteur des télécommunications américaines renchérissaient pour s'en emparer. C'est parce qu'ils y voyaient—et ils l'ont dit bien franchement—qu'une synergie de contenu et d'entreprises les placerait dans une position très concurrentielle pour faire face à l'évolution de l'autoroute de l'information aux États–Unis.

Au moment où Viacom se prépare à présenter une demande à Investissement Canada pour reprendre les intérêts canadiens dans Paramount, on peut se demander si ses représentants ont déclaré ces aspirations à la frontière alors qu'ils s'apprêtent à acquérir les intérêts canadiens dans Paramount.

Tout se passe très rapidement et sans attendre personne. Que devrions–nous faire sur le plan de la politique nationale pour nous assurer que si le gouvernement estime avoir un rôle à jouer pour garantir que ces technologies continuent de respecter les objectifs culturels et socio–économiques nationaux, il ait effectivement ce rôle à jouer?

L'univers de 500 canaux, le système de radiodiffusion directe par satellite, les services à la carte et l'autoroute électronique sont considérés comme des questions distinctes, mais témoignent tous de la convergence de la technologie et de la façon dont tout cela se présente. Pourtant à la demande du gouvernement fédéral, le CRTC étudie actuellement une série d'options à Hull et le Conseil consultatif de l'information—qui ne représente toujours pas les intérêts des artistes et des créateurs, les véritables producteurs de contenu—réfléchit à une autre série de questions. Le ministère du Patrimoine canadien est chargé de questions de développement culturel, alors que la politique concernant la propriété et le contenu des télécommunications relèvent du ministère de l'Industrie.

Au sein du gouvernement fédéral, aucune vision commune n'est apparue qui permettrait l'élaboration d'une stratégie nationale garantissant que si le gouvernement fédéral estime pouvoir y jouer un rôle il puisse effectivement le faire.

Tout cela évolue très rapidement. Le temps presse.

Il s'est passé des choses depuis cinq ans dans le domaine législatif, avec l'adoption de la Loi sur la radiodiffusion et de la Loi sur les télécommunications. Chose étonnante à propos de cette dernière, quand le gouvernement précédent à déposé son propre projet de loi, celui–ci contenait un préambule garantissant que la Loi sur les télécommunications forcerait les intervenants du monde des télécommunications à promouvoir des objectifs culturels et socio–économiques nationaux. Cependant, le gouvernement a modifié sa propre mesure législative pour en supprimer ces contraintes.

Nous commençons je pense à voir que le fait d'isoler ces questions de nos grands objectifs nationaux est sans doute une erreur et qu'il faut vraiment y remédier très rapidement.

L'évolution des nouvelles technologies a une véritable incidence sur la façon dont les arts et les industries culturelles naissent et sont diffusés. Notre secteur y voit de nouvelles possibilités de joindre les auditeurs canadiens et de s'assurer

[*Texte*]

to the great diversity and quality of Canadian cultural offerings. But once again, we haven't completely created a single focus so that when policy is being made or even redesigned, the impacts on the arts and cultural industries are fully comprehended.

In an information–based economy, for example, which is supposedly knowledge–driven, Canada has a Copyright Act that largely dates from 1924. Apart from a series of amendments brought to the act in 1988, we are prepared to drive a Model T—in terms of intellectual property legislation—onto the electronic highway.

How can we ensure that the creators of information, that the owners of information, are properly compensated for the use of their work in the marketplace if we have no adequate copyright protection? For the CCA and its members, the Copyright Act really is the bill of economic and moral rights for creators and copyright owners. If we're going to succeed globally in an information economy, that would seem to be a very high priority.

We understand there are some concerns about our international trade commitments and how they may constrain us in terms of developing and implementing a national strategy on the new technologies and also a coherent federal cultural policy. I think it is time we conduct that analysis. We would certainly call for a release of all of the cultural documents from the FTA and NAFTA discussions so that we all, in a very open and free process, can assess what constraints may exist as a result of international trade obligations, and act accordingly.

• 1655

The chairman of the CRTC has joined many of us in wondering aloud how long the CRTC can continue to play a role in the regulation of broadcasting. Looking at the way things are developing, we agree that the ability of the CRTC to use the traditional regulatory instruments may be extremely short–lived.

I suppose it is distressing that there is no sense that any energy is being invested into how new approaches can be developed to meeting the objectives of the Broadcasting Act and national cultural and social objectives. Essentially we would like to see several things happen and we would certainly hope that the committee in its report could do a number of things.

The first is to advise the Prime Minister to direct all government departments and their agencies, especially the CRTC and the CBC, to undertake consultations with the cultural sector and the telecommunications industry for development of the national policy framework on new technologies in communication. As I said before, this process is a matter of some urgency. We've outlined four specific sub–measures to that recommendation.

[*Traduction*]

qu'ils ont accès à la grande diversité et à la qualité des productions culturelles canadiennes. Mais encore là, nous ne sommes pas encore tout à fait parvenus à nous donner une optique commune qui fasse en sorte que quand on adopte une politique et qu'on la modifie on en comprenne bien toutes les répercussions pour les arts et les industries culturelles.

Dans une économie largement tributaire de l'information, par exemple, qui supposément dépend de la connaissance, le Canada a une loi sur le droit d'auteur qui en grande partie date de 1924. Mis à part des modifications qui y ont été apportées en 1988, c'est comme si—dans le domaine de la législation sur la propriété intellectuelle—nous nous apprêtions à nous lancer sur l'autoroute de l'information au volant d'une voiture modèle «T».

Comment pouvons–nous assurer que les créateurs de l'information, que les propriétaires de l'information, soient adéquatement indemnisés pour l'utilisation de leur travail sur le marché si nous n'avons aucune protection convenable du droit d'auteur? Pour la Conférence canadienne des arts et ses membres, la Loi sur le droit d'auteur est vraiment la déclaration des droits moraux et économiques des créateurs et des titulaires de droit d'auteur. Pour réussir à l'échelle internationale dans une économie reposant sur l'information, cela semblerait être une des toutes premières priorités à respecter.

Nous croyons savoir que nos engagements commerciaux internationaux suscitent certaines inquiétudes quant à la façon dont ils pourraient nous limiter dans l'élaboration et la mise en oeuvre d'une stratégie nationale sur les nouvelles technologies et d'une politique culturelle fédérale cohérente. Je pense qu'il est temps d'entamer cette analyse. Nous réclamerions certes la publication de tous les documents culturels résultant des discussions concernant l'AME et l'ALÉNA de telle sorte que nous tous, de façon très ouverte et libre, puissions évaluer quelles contraintes peuvent découler des obligations commerciales internationales et agir en conséquence.

Le président du CRTC, comme un bon nombre d'entre nous, s'est demandé à haute voix pendant combien de temps le CRTC peut continuer de jouer un rôle dans la réglementation de la radiodiffusion. Au train où vont les choses, nous reconnaissons que le CRTC ne pourra utiliser les instruments de réglementation traditionnels que pendant encore fort peu de temps.

Je suppose qu'il est décourageant de ne pas avoir l'impression qu'on fasse le moindre effort pour voir comment concevoir de nouvelles approches pour respecter les objectifs de la Loi sur la radiodiffusion ainsi que les objectifs culturels et sociaux nationaux. En somme, nous souhaiterions voir se produire différentes choses et nous espérons évidemment que le Comité dans son rapport pourra faire certaines choses.

D'abord, conseiller au premier ministre d'ordonner à tous les ministères et à leurs organismes, notamment au CRTC et à la Société Radio–Canada, d'entamer des consultations auprès du secteur culturel et du secteur des télécommunications afin de mettre au point un cadre politique national concernant les nouvelles technologies dans le domaine des communications. Comme je vous le disais, la question est pressante. Nous proposons quatre mesures accessoires découlant de cette recommandation.

[*Text*]

We also have to end the division of responsibility for content and carrier issues within the architecture of the federal government. That was an unfortunate and regressive move when it was made.

Certainly in this environment where it's becoming increasingly difficult to separate content and carrier issues, there has to be the capacity within the federal government to react quickly to the full range of content and carrier issues. That can only happen in a situation where one portfolio has the responsibility for the totality of those areas. Copyright obviously has to be part of it as well.

Urgent reform of the Copyright Act includes full neighbouring rights, performers' rights, a royalty on blank audio and video cassettes—actually we could probably modernize that language and say "all copying media"—and an affirmation of the collective rights management.

It's long overdue that the Government of Canada begin to articulate a coherent federal cultural policy, to give us all a sense of where the government sees its role in the cultural area so that it can be uniformly applied in the various ministries and departments and agencies across the full spectrum of government operations. We would certainly hope that process would involve the artistic community and the cultural industries in a very direct way, and that would happen as a matter of some priority.

Finally, we would encourage you to submit your reports to the government under Standing Order 109, which will require formal response by the government in 150 days. We hope that will keep some momentum towards broader progress on these very important issues.

The Chairman: Thank you very much, and thanks also for the broad stroke approach.

Our work schedule in the fall will be divided into two sections. One will be to look at the CBC in the multi–channel universe and the various ways in which it could be financed. That will allow us to address some of these larger issues you talk about. That is an immediate task the committee has agreed to, and we've been asked to do it by the government.

The second, which will be a separate issue—although we will use all of this as background information—will be copyright legislation when it comes our way, which we expect to happen in the fall as well.

While we may not be able to deliver on a total revision of cultural policy in the fall, I think we're going to be coming at two of the most crucial components, and through that we may have some broader ideas ultimately for the minister.

Mr. de Jong: If I may, Mr. Chairman, and maybe I'm bootlegging a question here—

The Chairman: You may have to retain the answer, then.

Mr. de Jong: —in terms of what you were saying of the work of this committee and in terms of what Mr. Kelly was saying as well, that some of the work or some aspects that are important to that work really lie in other departments, I ask this

[*Translation*]

Nous devons aussi mettre fin au sein du gouvernement fédéral au partage des responsabilités en ce qui a trait aux questions touchant le contenu et la société de télécommunications. Cette décision a été regrettable et marquait un recul.

Il est certain que dans un monde où il devient de plus en plus difficile de dissocier les questions de contenu de celles qui concernent la société de télécommunications, le gouvernement fédéral doit avoir la capacité de réagir rapidement à la grande diversité de ces problèmes. Ce n'est possible que si un ministère assume la responsabilité de la totalité de ces questions. Le droit d'auteur doit bien sûr en faire partie.

La réforme urgente de la Loi sur le droit d'auteur doit inclure les droits voisins, la perception des droits des artistes de la scène, les redevances sur les audiocassettes et les vidéocassettes vierges—en fait, nous pourrions sans doute actualiser cette terminologie et parler plutôt de «tous les médias de reproduction»—et la reconnaissance de la gestion collective des droits.

Il y a bien longtemps que le gouvernement du Canada aurait dû commencer à formuler une politique culturelle fédérale cohérente, pour nous indiquer à tous comment il conçoit son rôle dans le domaine culturel afin qu'il puisse le jouer de façon uniforme par l'intermédiaire des différents ministères et organismes qui remplissent les multiples fonctions incombant au gouvernement. Nous espérons bien entendu qu'on ferait appel à la communauté artistique et aux industries culturelles de façon très directe, et que cette consultation serait jugée assez prioritaire.

Enfin, nous vous inviterions à soumettre vos rapports au gouvernement en vertu de l'article 109 du Règlement, selon lequel le gouvernement doit déposer une réponse globale dans les 150 jours. Nous espérons ainsi promouvoir la réalisation d'autres progrès relativement à cette très importante question.

Le président: Merci beaucoup, et merci d'avoir présenté une approche générale.

Notre programme de travail pour l'automne comporte deux étapes. D'abord nous examinerons la situation de la Société Radio–Canada face à l'univers des canaux multiples et les différentes façons dont on pourrait la financer. Nous pourrons ainsi nous pencher sur certaines des grandes questions dont vous avez parlé. C'est une tâche que le Comité a accepté d'entreprendre à court terme, et nous l'avons fait à la demande du gouvernement.

Deuxièmement, et c'est là une question distincte—quoi que nous utiliserons tout cela comme information de base—nous étudierons la mesure législative sur le droit d'auteur quand nous en serons saisi, ce qui devrait se produire aussi à l'automne.

Bien que nous ne puissions peut–être pas effectuer une révision complète de la politique culturelle à l'automne, je pense que nous allons nous attaquer à deux de ces composantes les plus critiques, et de cette façon nous aurons peut–être en fin de compte des idées innovatrices à soumettre au ministre.

M. de Jong: Si vous le permettez, monsieur le président, et peut–être que je fais passer une question en douce. . .

Le président: Il faudra peut–être alors réserver la réponse.

M. de Jong: . . .à propos de ce que vous disiez au sujet du travail du Comité et de ce que disait aussi M. Kelly, soit qu'une partie des responsabilités, ou certains aspects importants de celle–ci, relève en fait d'autres ministères, je pose la question à

[*Texte*]

question both of Mr. Kelly and of you, Mr. Chairman. Would it make sense not to have a joint committee with the standing committee on trade plus members of this committee to deal jointly with this topic so that the various departments are brought together through a subcommittee of the two standing committees?

[*Traduction*]

M. Kelly et à vous, monsieur le président. Ne serait–il pas logique de former un comité mixte regroupant des membres du comité permanent du commerce et des membres de votre comité qui pourraient, ensemble, traiter de toutes ces questions touchant plusieurs ministères au sein d'un sous–comité de ces deux Comités permanents?

• 1700

The Chairman: I will make a suggestion on which you may wish to comment. Perhaps you can put that in the form of a question later. I think that's a question that we as a committee will have to address. As the chair, I'm not going to address it now, but maybe you could comment on that later. Given the shortness of time, I am anxious to have Madam Tremblay begin her questions.

Le président: J'aimerais faire une suggestion. Vous voudrez peut–être formuler votre proposition sous forme de question un peu plus tard. C'est d'ailleurs une question sur laquelle le comité devra se pencher, mais je préférerais que ce ne soit pas maintenant. Étant donné le peu de temps dont nous disposons, je voudrais permettre à M^me^ Tremblay de commencer la période de questions.

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Merci, monsieur le président. Merci, monsieur Kelly de votre exposé. Je suis toujours très contente quand je reconnais le symbole de votre maison et que je trouve des télécopies me donnant les très bonnes nouvelles ou les mauvaises nouvelles que je peux mieux comprendre, comme celle sur Bravo. Je vous remercie pour tout ce travail que vous faites.

Je me rappelle, à une des premières séances de *briefing* qu'on avait eue au ministère, on nous avait tout à fait rassurés que l'on avait toutes les garanties totales et absolues. Il n'y avait aucun moyen que l'on puisse subir une invasion de la culture américaine; on pouvait contrôler tous nos satellites, etc. Je commence à en douter de plus en plus. Est–ce que vous pourriez éclairer ma lanterne là–dessus, s'il vous plaît? Quelle est notre possibilité de résister à l'envahissement?

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Thank you, Mr. Chairman. Thank you, Mr. Kelly, for your presentation. I am always very happy to see the symbol of your organization and to receive your faxes, containing bad and good news, that help me better understand such issues as Bravo. I thank you for all the work that you do.

I remember, at one of our first briefing sessions with the department, we were reassured and given all kinds of guarantees. We were told that an invasion of American culture was impossible since we could control the satellite, etc. I am beginning to be more and more skeptical about this. Could you shed some light on this question? Will we be able to resist the American invasion?

Mr. Kelly: Well, I don't think we can absolutely resist an American invasion, but I think we can mount a very good counter–attack by ensuring that our own Canadian cultural community is strong, is producing works of quality that are seen by Canadians and that are available domestically, and also for the international market. I think one of the interesting aspects of all these new distribution technologies is that no matter whether it's a 500–channel universe or a direct–to–home satellite, they will all be ravenous consumers of content.

Unless Canada is well positioned to ensure that we have a strong Canadian sector that can share our work not only with Canada but with international markets, the operators of those services are going to buy the content from someone else. I don't think we can really miss an opportunity like this.

I don't think there's any systematic way to stop the influx of foreign signals into Canada. Certainly if we find a way, the distributors will find a way around it very quickly, as we've seen from recent history.

So we really have to develop a constructive, proactive approach that builds on our strengths. We're not going to set up satellite–jamming farms, although it may make a reasonable alternative to some of our failing industries. It would be a short–lived activity. I think we really have to look at this as an opportunity, we have to bolster Canadian talent and strength, and we have to make sure we are out there with the rest of the world looking for a strong place for Canadian cultural expression.

M. Kelly: Je ne crois pas que nous puissions résister absolument à l'invasion américaine, mais je suis d'avis que nous pouvons mener une excellente contre–attaque en nous assurant que notre propre communauté culturelle est forte et qu'elle produit du travail de qualité qui est vu par les Canadiens, mais qui est aussi disponible sur le marché international. Toutes ces nouvelles technologies de distribution présentent un aspect intéressant: peu importe qu'il existe 500 chaînes où qu'on puisse transmettre des émissions directement dans les foyers par satellite, il faudra qu'on ait un contenu à transmettre.

Si le Canada n'est pas en mesure de soutenir le secteur canadien de façon à ce qu'il puisse distribuer ces émissions au Canada et sur les marchés internationaux, les exploitants de ces services achèteront leur contenu ailleurs. Il ne nous faut donc pas rater cette occasion.

Je ne crois pas qu'il y est une façon systématique de bloquer l'entrée des signaux étrangers au Canada. De toute façon, si une méthode existe, les distributeurs trouveront rapidement une façon de la contourner, comme les récents événements nous l'ont prouvé.

Nous devons donc adopter une approche pleine d'initiatives et constructive qui mettre à profit nos points forts. Il serait futile de se lancer dans le brouillage des signaux satellites, bien que cela puisse paraître une solution raisonnable pour certaines de nos industries en déclin. Ce serait cependant une activité à court terme. Nous devons plutôt saisir l'occasion qui s'offre à nous d'encourager le talent canadien et de tailler une place, dans le reste du monde, à l'expression culturelle canadienne.

[*Text*]

Mme Tremblay: Dans ce contexte–là, quant au comité consultatif qu'on vient de former, où il n'y a aucun créateur mais uniquement des gens qui sont intéressés à faire du fric, ne pensez–vous pas que sa composition soit une erreur fondamentale?

Mr. Kelly: Absolutely, and we have certainly been making this point consistently since the announcement of the committee that to leave out the very creator of the content is not only. . . Let's not just think about cultural content; even the business information use of the information highway is going to require packaging of the material in an attractive and easily usable format.

They're going to fall back on designers and people who work in the cultural industry to do that. So whether it's a pure cultural application or it's just packaging the material so that it has a competitive place in this electronic highway, the artists are going to be involved, and yet they've been cut out of the discussion. It's like setting an agricultural policy without talking to a farmer.

It really is not a very visionary process, but we see it as a very real symptom of what happens when you divide content and carry your issues within the architecture of government. You know, Michel Dupuy has been a very active and articulate spokesperson for the importance of Canadian culture, but John Manley is looking after industrial needs. Unless these are linked in one single portfolio, there will always be the possibility that things will slip through the cracks. Essentially the reason why we have no copyright legislation is the impossibility of the two departments to agree.

[*Translation*]

Mrs. Tremblay: In that context, this new advisory committee that was set up does not include anybody from the creative side, but only people interested in making money. Don't you think that the composition of this committee is basically flawed?

M. Kelly: Certainement, et c'est ce que nous disons depuis qu'on a annoncé la création de ce comité. Nous ne cessons de répéter que, en faisant fi des créateurs du contenu. . . Il n'y a pas que le contenu culturel; ceux qui voudront transmettre des informations sur le monde des affaires par l'autoroute électronique auront besoin de présenter ces informations sous une forme attrayante et pratique.

Ils devront donc faire appel aux concepteurs de l'industrie culturelle. Par conséquent, qu'ils s'agissent de culture à strictement parler ou de la présentation d'informations à transmettre sur l'autoroute électronique, il faudra la participation des artistes; or, ils sont exclus des discussions. C'est comme si on élaborait une politique agricole sans consulter un seul agriculteur.

De toute évidence, il n'y a pas de vision à long terme. Ce à quoi nous assistons est un symptôme très réel de ce qui se passe lorsqu'on fait la distinction, au sein de l'architecture gouvernementale, entre le contenu et la forme. Vous savez, Michel Dupuy a fait la promotion de la culture canadienne de façon très active et éloquente, mais c'est John Manley qui s'occupe des besoins de l'industrie. Tant que tous ces enjeux ne seront pas réunis en un ministère unique, il y aura toujours des problèmes qui ne seront jamais réglés. Essentiellement, nous n'avons pas de loi sur le droit d'auteur parce que les deux ministères n'arrivent pas à s'entendre.

• 1705

Le président: Une dernière question, parce que je veux pousser un peu.

Mme Tremblay: Je peux laisser la parole à quelqu'un d'autre, et je reviendrai plus tard.

Le président: Je dois absolument honorer les motions de M^me^ Brown.

Perhaps, Jan Brown, you want to ask a few questions. But we'll try and speed up the whole questioning process so that we can come back to your motions.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I really just have one and it's in reference to your recommendations for the committee work. It relates to the impact of international trade agreements. The statement appears about the policymaking potential and that remedial action was recommended where that potential is unreasonably restrained.

I know that when we're looking at harmonization of regulations internationally vis–à–vis those particular international agreements, this may be an area of constraint. That's certainly one that I can identify, because the work that would be undertaken even to investigate that area is quite phenomenal.

I would like to know, in your mind, where you see potential unreasonably restrained, or how?

The Chairman: Just one more question because I would like to push ahead.

Mrs. Tremblay: I can give the floor to someone else and come back to this later.

The Chairman: I must deal with Mrs. Brown's motion.

Madame Brown, vous aimeriez peut–être poser des questions. Cependant, il faudra faire vite parce que j'aimerais que nous traitions de vos motions.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): En fait, je n'ai qu'une question, au sujet de vos recommandations concernant les travaux du comité. Ma question porte sur l'incidence des accords de libre–échange internationaux qui rendent possible l'élaboration de mesures claires et la prise de correctifs lorsque ce pouvoir est excessivement limité.

Je sais que, lorsqu'on tente d'harmoniser les règlements à ces accords internationaux, c'est un domaine où pourraient s'exercer des contraintes, ce que je peux certes comprendre parce que le travail qu'il faudrait entreprendre pour enquêter dans ce domaine est phénoménal.

D'après vous, dans quel domaine et comment nos pouvoirs pourraient–ils être limités indûment?

[*Texte*]

Mr. Kelly: Within the FTA and NAFTA there is a cultural exception clause that says the terms of the agreement will not apply to culture, and then they name the traditional shape and contours of the arts and cultural industries. Telecom is not included in that. Telecom is going to be a major vehicle for distribution and production of cultural material. We have to understand what the impact of that is.

By putting telecom in the FTA and NAFTA, have we really short–circuited our own prospects for the ability to develop a domestic policy and also an international policy? I don't think this is very clear. Whenever you talk to officials in the government, they say they'll have to examine their obligations under international trade agreements before they can decide. I heard one use this when we were talking about the royalty on blank audio and video cassettes.

If this is going to be raised as a potential problem, let's get the facts out on the table and let's understand and figure out where we're going to go from here. It has been raised as a potential obstacle fairly consistently in our dealings with the government and I think the time is now to have absolute clarity so we can move in a strategic way.

Mr. McKinnon (Brandon—Souris): Picking up on what Mrs. Brown was commenting on, do you have a series of guideposts or pathways that we should be proceeding with as a nation in this regard?

Mr. Kelly: We've laid out some of them here.

Mr. McKinnon: [*Inaudible—Editor*]

Mr. Kelly: I see, okay. I think, first of all, we need to have the national will to do this. Following the determination of the national will, we have to move to some structural measures within the architecture of government.

We have to ensure that copyright legislation is in place, look at ways to support the Canadian cultural industries, ensure that the continuum of talent from the individual artist to the industry is in good shape, and they should be involved in all the policy discussions. We shouldn't have to be banging on doors and saying that when they're setting policy on the information highway, artists and creators should be there. We really shouldn't have to say that. It really exposes a very weak understanding of the sort of strategic nature of this initiative.

Mr. Gallaway: You made a recommendation that there be an urgent review of the Copyright Act, including neighbouring rights legislation. Also earlier, when you first started to talk, you talked about high concentration of foreign ownership, specifically American. Will neighbouring rights legislation in fact help the artistic community or, in your opinion, will it be a tax on the private broadcasters in this country, as they are suggesting?

• 1710

Mr. Kelly: Okay. Let's be really plain. Copyright, as I said, is a bill of economic and moral rights of creators over their work. If you go to Hertz and say you want to rent a car, but since you're a parliamentarian it's more important that they subsidize you as a parliamentarian than you pay their fee, you're not going to get very far.

[*Traduction*]

M. Kelly: L'accord canado–américain de libre–échange et l'ALÉNA comprennent tous deux une disposition de dérogation stipulant que ces accords ne s'appliquent pas à la culture, puis on énumère les industries culturelles et artistiques traditionnelles. Cependant, les télécommunications ne sont pas incluses. Or, les télécommunications seront le principal outil de distribution et de production de la culture. Nous devons donc comprendre les conséquences de cette exclusion.

En assujettissant les télécommunications à l'application de l'Accord de libre–échange et de l'ALÉNA, avons–nous réduit nos propres pouvoirs d'élaboration d'une politique canadienne, mais aussi d'une politique internationale à ce chapitre? Ce n'est pas clair. Si vous en parlez aux fonctionnaires, ils vous disent qu'ils doivent étudier les obligations que prévoient les ententes de libre–échange international avant de pouvoir se prononcer. L'un d'eux m'a servi cette réponse au sujet des redevances sur les cassettes vidéo et audio vierges.

Si cette question risque d'être litigieuse, que les faits soient bien clairs et qu'on comprenne bien de quoi il s'agit. Dans nos entretiens avec le gouvernement, on soulève régulièrement cette question, à titre d'obstacle éventuel et j'estime qu'il est temps de tirer les choses au clair de façon à ce que nous puissions nous doter d'une stratégie.

M. McKinnon (Brandon—Souris): Pour faire suite à ce qu'a dit M^me^ Brown, pourriez–vous nous indiquer la voie à suivre à cet égard?

M. Kelly: Nous avons fait des suggestions ici.

M. McKinnon: [*Inaudible—Éditeur*]

M. Kelly: Oui, je vois. Tout d'abord, il faut une volonté nationale après quoi il faudra prendre des mesures visant à modifier la structure du gouvernement.

Nous devons adopter une loi sur le droit d'auteur, soutenir les industries culturelles canadiennes, nous assurer que le secteur artistique, mais aussi les artistes même se portent bien et les inclure aux discussions sur la politique. Les artistes et les créateurs ne devraient pas avoir à s'époumoner pour se faire entendre au sujet de la politique concernant l'autoroute électronique. Il ne devrait pas en être ainsi. Cela montre qu'on comprend mal la nature stratégique de cette initiative.

M. Gallaway: Vous avez recommandé qu'on procède de toute urgence à un examen de la Loi sur le droit d'auteur, y compris les droits voisins. Vous avez aussi parlé, au début de votre exposé, du fait que de très nombreuses sociétés appartiennent à des étrangers, surtout les Américains. Une loi sur les droits voisins aiderait–elle la communauté artistique ou constituerait–elle un fardeau pour les diffuseurs privés du pays, comme ceux–ci le prétendent?

M. Kelly: Très bien. Soyons très clair. Comme je vous l'ai dit, la loi sur le droit d'auteur est une loi qui protège les droits économiques et moraux des créateurs vis à vis de leurs oeuvres. Si vous allez chez Hertz pour louer une voiture et que vous leurs dites que vous êtes parlementaires, et qu'il faut donc qu'ils vous offrent leurs services gratuitement, plutôt que de vous faire payer, je suppose que cet argument ne vous amènera pas très loin.

[*Text*]

So far, the broadcasters have been very content to say they'll use our material—but they don't want to pay for it. Through greater access, they're doing us a favour. You know, they're selling our records.

Well, we're selling their commercials. We're making them an attractive commodity to establish a market share, an audience share and a commercial base.

It's a matter of simple justice that whoever the users are, if you use somebody else's work you have to pay for it. I think the cultural sector has been more than reasonable in saying we are willing to entertain tariffs at varying rates for small–sized broadcasters so that we're not putting them out of business.

We have the Copyright Board. The Copyright Board is a body that ensures that copyright material is made available on a fair and reasonable basis. If the cultural sector is asking for an exorbitant tariff, I don't think they can expect the cooperation of the Copyright Board.

Mr. Gallaway: I have just a very short question, then. I'm thinking specifically, because of broadcasters, of the recording business and the fact that the recording business in the United States is either American or Japanese–owned. In terms of neighbouring rights legislation, if we were to follow through on that, in terms of the Canadian recording business will the money flow to the artists or will it flow to these large mega–corporations in the United States? What in your opinion would be the breakdown in terms of relative percentages of the dollar?

Mr. Kelly: I couldn't give you those percentages, but I would say there is sufficient consensus that the majority of the benefits would stay in Canada. The other element of this is the royalty on blank tapes. The whole concept of that royalty is that once it's collected it would flow back to artists and producers to compensate for lost revenue due to the home taping.

So there are a number of measures within this that provide market–based revenue back to the producers and the artists at a time when government resources are what they are. We are looking for greater market–based revenue sources as much as anyone else. When we look at the package we're asking for, which is not some alien creation but is in place in countries around the world and is working very effectively, we think it is time Canada joined the trend, especially given the impossibility of major increases in direct financial support by the governments.

Mr. Gallaway: Then would you recommend that there be exclusively neighbouring rights or neighbouring rights and a tax or a royalty on blank tapes?

Mr. Kelly: We're recommending the neighbouring rights, performers' rights and a royalty.

[*Translation*]

Jusqu'à présent, les radiodiffuseurs ce sont contentés de dire qu'ils vont utiliser nos oeuvres mais qu'ils ne veulent pas les payer. Ils prétendent qu'ils nous rendent un service en nous accordant un meilleur accès au public. Ils disent en quelque sorte, que ce sont eux qui vendent nos disques finalement.

Eh bien, c'est nous qui vendons leurs publicités. C'est parce que notre produit est très attrayant qu'ils peuvent accaparer une part du marché et établir une base commerciale.

Vouloir s'assurer que ceux qui utilisent les oeuvres d'autrui en rémunèrent les créateurs est une question de simple justice, quelque soit les utilisateurs. Je pense que le secteur culturel s'est montré très raisonnable jusqu'à présent en disant qu'il était prêt à accepter des tarifs variables pour éviter aux petits radiodiffuseurs de faire faillite.

Nous avons déjà la Commission du droit d'auteur. La Commission du droit d'auteur a pour mandat de s'assurer que les oeuvres protégées par les droits d'auteur sont disponibles sur une base juste et raisonnable. Si le secteur culturel demande des tarifs exorbitants, j'imagine que la Commission du droit d'auteur ne sera pas d'accord.

M. Gallaway: J'ai une très brève question à vous poser. Je songe tout particulièrement à la situation des radiodiffuseurs, et au fait que l'industrie du disque aux États–Unis appartient soit aux Américains, soit à des Japonais. Pour ce qui est des droits voisins, si nous devions adopter une loi pour prévoir de tels droits, est–ce que les revenus qui en découleraient, passeraient entre les mains des artistes canadiens ou plutôt entre celles des grandes méga–sociétés américaines? Quel serait l'éventuel partage des revenus, du point de vue de la proportion de chaque dollar qui reviendrait aux divers secteurs?

M. Kelly: Je ne peux pas vous parler de proportions précises, mais je peux vous dire que tout le monde semble être d'accord pour dire que ce sont surtout les Canadiens qui en profiteraient. L'autre aspect important, c'est la redevance qui serait prévue pour les bandes vierges. L'idée de cette redevance, c'est qu'une fois que ces revenus ont été perçus, ils vont être versés aux artistes et aux producteurs pour les dédommager du manque à gagner que représente l'enregistrement à domicile.

Donc il y a toute une série de mesures qui permettraient de remettre entre les mains des producteurs et des artistes certains revenus qui découlent du marché, au moment même où les ressources gouvernementales sont assez réduites. Nous avons autant besoin que d'autres de tirer davantage de nos revenus du marché même. Par rapport à l'ensemble de mesures que nous vous demandons de mettre en oeuvre—et je vous rappelle qu'il ne s'agit pas d'une création bizarre mais d'un régime qui existe dans de nombreux pays du monde et qui marche très bien, il est grand temps, selon nous, que le Canada suive la tendance qui existe ailleurs dans le monde, étant donné l'impossibilité d'obtenir une augmentation importante de l'aide financière qui nous ai versée directement par les gouvernements.

M. Gallaway: Vous recommanderiez donc la création de droits voisins exclusifs, ou peut être de droits voisins et d'une taxe ou d'une redevance sur les bandes vierges?

M. Kelly: Nous recommandons la création de droits voisins, de droits d'exécution et d'une redevance.

[*Texte*]

The Chairman: I'm in your hands, dear committee, but I notice that the time is fleeing. We have enough folks to do our other business. If questions are pressing and members are willing to wait a bit, we can proceed, but I am also very anxious that we not lose our quorum.

We may well be having you back, Mr. Kelly, specifically on the subject we strayed onto, that of copyright. We're not only straying into but also targetting it in the fall. You've given us a good warm–up on what we can be expecting.

Mme Tremblay: Je peux passer mon tour.

The Chairman: If you have a short question to ask, Mr. de Jong, that would be great.

Mr. de Jong: I do. There's so much to go over. There are two things I would like to touch on.

You mentioned, Mr. Kelly, how the newer technologies are allowing existing laws to be bypassed, i.e., split runs in *Sports Illustrated*. Would you think that the Canadian magazine industry's task force recommendations to grandfather *Sports Illustrated* is really a backward step in terms of maintaining some Canadian cultural presence in the magazine industry?

• 1715

Second, Viacom's announcement yesterday that they're going to spend $1 million promoting Canadian arts—do you find that to be a significant breakthrough for Canadian culture?

Mr. Kelly: On the first issue, we don't think that particular recommendation of the magazine task force to grandfather *Sports Illustrated* is in any way a responsible one. It rewards people who successfully elude the protections we put into place. Why exempt them? Why reward them for their ingenuity? We have, as has the magazine industry, called upon the government to move with some speed to deal with the *Sports Illustrated* issue very quickly.

On the Viacom announcement, they found $5 million out of a $10 billion deal. That's very nice and we'll take it, thank you, but that's not the issue. The issue is Canadian ownership of our cultural industries. I don't think we can be distracted by the whiff of $5 million from the principle issue, which is the imperative to maintain greater Canadian control over our arts and cultural industries.

The Chairman: I'm sorry that we have to break at this moment, but we have more work to do. Thank you for coming, and I hope we'll see more of you. Thank you for a most interesting brief.

[*Traduction*]

Le président: Je remarque que le temps passe vite, chers collègues, et je vous demande donc conseil. Nous avons encore assez de membres pour régler nos autres questions administratives. Si vos questions sont vraiment urgentes et que les autres députés sont prêts à attendre, nous pouvons toujours continuer, mais je ne voudrais pas non plus que nous perdions notre quorum.

Il est fort possible que l'on vous demande de revenir monsieur Kelly pour vous parler précisément de la question que nous avons abordée obliquement aujourd'hui, c'est à dire celle du droit d'auteur. D'ailleurs, nous avons l'intention d'entreprendre une étude de la question à l'automne. Vous nous avez donné une bonne introduction au sujet.

Mrs. Tremblay: I will pass.

Le président: Monsieur de Jong, je vous saurais gré de bien vouloir poser une question très brève.

M. de Jong: Oui, bien sûr. C'est un domaine tellement vaste. Mais il y a deux questions en particulier que je voudrais aborder avec vous.

Monsieur Kelly, vous avez parlé du fait que certaines nouvelles technologies permettent à certains de contourner les lois existantes—par exemple, l' édition dédoublée de revues comme *Sports Illustrated*. Pensez–vous que la recommandation du groupe de travail de l'industrie canadienne de la revue, selon laquelle on devrait accorder des droits acquis à *Sports Illustrated*, représente un recul pour ce qui est de maintenir une présence culturelle canadienne dans l'industrie de la revue?

Deuxièmement, il y a la question de l'annonce faite hier par Viacom, qui dit qu'elle va dépenser un million de dollars pour faire la promotion des arts canadiens; pensez–vous que cela représente une percée importante pour la culture canadienne?

M. Kelly: Pour ce qui est de votre première question, nous ne croyons pas que la recommandation du groupe de travail chargé d'étudier l'industrie des magazines, et selon laquelle on devrait accorder des droits acquis à *Sports Illustrated*, soit sensée. Elle propose de récompenser ceux qui arrivent à contourner les mesures de protection que nous avons adoptées. Pourquoi leur accorder une exemption? Pourquoi les récompenser de leur ingéniosité? À l'instar de l'industrie des magazines, nous avons nous aussi exhorté le gouvernement à agir rapidement pour régler la question de *Sports Illustrated*.

Pour ce qui est de l'annonce de Viacom, en réalité, cette société a réussi à trouver 5 millions de dollars à consacrer à cette cause, alors qu'il s'agit d'un contrat d'une valeur de 10 milliards de dollars. C'est très bien, et nous sommes tout à fait disposés à les prendre, mais en fait, la question n'est pas là. La question cruciale consiste à savoir si nos industries culturelles appartiennent vraiment aux Canadiens. À mon avis, il ne faut absolument pas que cette offre de 5 millions de dollars nous détourne de la question fondamentale, à savoir l'absolue nécessité pour le Canada d'exercer un plus grand contrôle sur les arts et les industries culturelles en général.

Le président: Excusez–moi de vous interrompre, mais nous avons encore du travail à faire. Je vous remercie de votre présence, et j'espère que nous allons vous revoir. Vous nous avez présenté un mémoire fort intéressant.

[*Text*]

Mr. Kelly: Thank you.

Mr. Cannis (Scarborough Centre): Do we have to wait for Roger to get back?

The Chairman: Where has Roger gone? We have enough people to get the discussion going. I think Roger has gone for one of those cigarette things. If someone would track down Roger, I think we could begin with just the presentation of the motion.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Mr. Chairman, I will proceed.

You have received a copy of the motion. There is one typo there—the word "for" in the second line of the motion. It reads "and priorities for".

This is placed before you under some new considerations to the Standing Orders provided by the Liberal government. It reads:

> Moved that the Standing Committee on Canadian Heritage request the expenditure plans and priorities for the 1995–96 budget year of the Department of Canadian Heritage to be tabled with the Standing Committee on Canadian Heritage immediately for consideration and report by the committee before the last sitting day of June 1994.

The Chairman: So you're presenting this as not amended, or as is.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Mr. Chairman, there was a great deal of discussion today about amendments and so forth, but given that those discussions collapsed, the motion will stand as the original piece.

The Chairman: Do you want to say anything more about why you want this?

Mrs. Brown (Calgary Southeast): We have a couple of things that I'm going to address here. First of all, the Liberals did introduce a new Standing Order—81(7) and 81(8)—and I think we have an opportunity here to do something about expenditure reduction and appear responsible to reviewing estimates for the future.

It's difficult enough when you get the estimates for the current year, but if you don't have estimates in the future, it's very difficult to do any kind of planning or approach strategically for next year. Taxpayers in Canada want to see expenditure reductions, there's no question about that, so here's an opportunity for us to do something that shows responsibility and demonstrates care and attention to the recommendations coming from our Prime Minister. He also wants standing committees to be empowered to consider and report on expenditure plans and priorities in future fiscal years, so that's why this information and the motion lies before you.

[*Translation*]

M. Kelly: Merci.

M. Cannis (Scarborough–Centre): Faut–il attendre le retour de Roger?

Le président: Où est passé Roger? Je pense que nous avons tout de même assez de gens pour entamer la discussion. J'ai l'impression que Roger a dû aller fumer une cigarette. Si quelqu'un veut bien aller le chercher, entre temps, nous allons commencer à débattre la motion.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Monsieur le président, je commence.

Vous avez tous reçu une copie de la motion. Je vous signale d'ailleurs une faute de frappe dans la version anglaise—cela concerne le mot «for» qu'on retrouve à la deuxième ligne de la motion—là où on dit «and priorities for».

Je vous présente cette motion conformément à la nouvelle interprétation que donne du Règlement le gouvernement libéral. La motion est ainsi formulée:

> Il est proposé que le Comité permanent du patrimoine canadien exige que les plans de dépenses et priorités du ministère du Patrimoine canadien pour l'année financière 1995–1996 soient déposés au Comité au patrimoine canadien immédiatement pour examiner et que le Comitée en fasse rapport avant le dernier jour de séance en juin 1994.

Le président: Vous présentez donc la motion telle quelle, sans amendement.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Monsieur le président, nous avons beaucoup parlé de la possibilité d'amendements aujourd'hui, mais comme ces discussions n'ont pas abouti, la motion vous est présentée sans modification.

Le président: Avez–vous autre chose à dire au sujet des raisons pour lesquelles vous déposez cette motion?

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Eh bien, il y a plusieurs éléments que je voudrais aborder. D'abord, les Libéraux ont créé de nouveaux articles qui font désormais partie du Règlement—il s'agit des articles 81(7) et 81(8)—et je pense que nous avons maintenant l'occasion de prendre des mesures pour réduire les dépenses et de faire preuve de responsabilité en ce qui concerne l'examen des budgets.

C'est déjà assez difficile de faire quelque chose quand on nous dépose les prévisions budgétaires pour l'année en cours, mais quand on n'a pas accès aux prévisions futures, il est tout à fait impossible de faire la moindre planification ou d'adopter une approche stratégique vis–à–vis des activités prévues pour l'année suivante. Il est clair que les contribuables canadiens tiennent absolument à ce que nous réduisions les dépenses, et nous avons donc maintenant l'occasion de prendre des mesures concrètes qui vont leur prouver que nous sommes responsables et que nous avons l'intention de suivre les recommandations du premier ministre. Il tient à ce que les comités permanents soient habilités à examiner les plans de dépenses et les priorités des ministères pour les années financières futures, et à présenter des rapports à ce sujet, et voilà pourquoi nous demandons cette information par la motion dont vous êtes saisis.

[*Texte*]

The Chairman: So that I'm clear on this, you would expect that if we pass this motion we would then forward it immediately to the department, ask them to produce the estimates such as they are for the next year, and that we would consider all of those estimates and report by the end of the month, while also continuing with our current task. I just want to make sure of what we're supposed to do if we pass the motion.

• 1720

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Mr. Chairman, the motion as it reads is the expectation. As I said, during the day there has been a lot of discussion and there was an opportunity for amendment, but it did collapse because there just didn't seem to be agreement on exactly what we should do. Therefore I'm not going to put forward any amendments. I'm just putting it before you in this state.

The Chairman: Are there any comments?

Mr. Cannis: I don't know, first of all, if this is normal or if it's useful, but we're in the process of looking at current figures. We haven't completed that. How can we be looking to future statements?

Mrs. Brown (Calgary Southeast): It's an expectation of the Prime Minister that we start to look at the estimates for our future fiscal years so we may plan better and approach that whole area of expenditure reduction more effectively and more responsibly.

Mr. Gallaway: I'll speak totally subjectively. I certainly agree in principle with the premise Mrs. Brown is putting forward. But here we are, nine and a half months prior to the fiscal year, and to suggest these numbers be produced on or before June 30, which is exactly nine months before the beginning of the 1995–96 fiscal year, I think is placing a burden, if not a constraint, in some way on the department officials. I just think the period of time is unreasonable. One cannot reasonably expect these figures would be compiled, or even in some form put together, nine months prior to the beginning of that fiscal year.

"Reasonable" is a relative term, but I think if the numbers were shortened in some way then people might feel differently. At least I would feel differently. Once again I'm speaking subjectively.

I think, on the basis that it's a long way off, I would have to vote against it.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Then, Roger, I guess I don't understand what happened today, because I did amend this to allow for exactly what you have requested, but it was rejected. I thought, why go through that process to have it rejected on that basis anyway? I'm just going to put it on the table in its original form. That's why it's back. There was consideration given to time, but it didn't seem as though there was going to be any acceptance, so I thought, fine, let's go back to the original.

Mr. Gallaway: I guess that would preclude you from bringing the motion again in the future. I don't know what the rules are in terms of amending or if it counts, but you can let this motion fly and maybe it will pass or maybe it won't, but at the same time it wouldn't preclude you from tabling in the future another motion saying you want these numbers by November 1 or whatever.

[*Traduction*]

Le président: Je voudrais être sûr de bien comprendre. Vous attendez–vous à ce que nous puissions, dès l'adoption de cette motion, nous adresser au ministère en lui demandant de nous fournir ses prévisions budgétaires pour l'année qui vient, et à ce que nous puissions examiner ces prévisions et faire un rapport à ce sujet d'ici la fin du mois, tout en continuant nos travaux actuels? Je voulais tout simplement savoir ce que nous sommes censés faire si nous adoptons la motion.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Monsieur le président, la motion, telle qu'elle est actuellement libellée, correspond aux attentes. Comme je l'ai dit, nous avons beaucoup discuté de la question aujourd'hui et nous aurions pu proposer des amendements, mais rien ne s'est fait parce que nous n'arrivions pas à nous entendre sur les mesures à prendre. Je ne vous proposerai donc aucune modification. Je vais plutôt vous soumettre la motion telle quelle.

Le président: Y a–t–il des commentaires?

M. Cannis: Je ne sais pas, tout d'abord, si cela est normal ou si c'est utile, mais nous examinons les chiffres pour l'exercice en cours. Nous n'en avons pas terminé l'étude. Comment songer à l'avenir?

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Le premier ministre s'attend à ce que nous commencions à examiner les prévisions budgétaires pour les exercices à venir de façon à planifier plus efficacement et de manière plus responsable les réductions de dépenses.

M. Gallaway: Je vais vous dire ce que j'en pense personnellement. Je suis d'accord en principe avec ce que dit M^me^ Brown. Cependant, nous sommes à neuf mois et demi du début de l'exercice financier, et je pense que nous imposerions un trop lourd fardeau aux fonctionnaires ministériels si nous exigions d'eux qu'ils nous présentent des chiffres avant le 30 juin, soit exactement neuf mois avant le début de l'exercice 1995–1996. Je pense que cela n'est pas raisonnable. On ne peut pas raisonnablement s'attendre à ce que ces chiffres soient compilés, ou même réunis, neuf mois avant le début de cet exercice financier.

Le mot «raisonnable» est relatif, mais je pense que les gens réagiraient différemment si les délais étaient plus courts. C'est du moins mon cas. Je le répète, c'est mon opinion personnelle.

Parce que le délai est trop long, il me faudra voter contre.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je dois dire, Roger, que je ne comprends vraiment pas ce qui s'est passé aujourd'hui, parce que j'ai apporté des modifications pour que les choses se passent exactement comme vous le souhaitiez, mais peine perdue. À quoi bon si la proposition doit être rejetée de toute façon? Je vais la proposer dans sa version originale. C'est ce que vous avez sous les yeux. J'ai pensé au délai, et je me suis dit qu'il valait peut–être mieux revenir à la version originale puisqu'on ne semblait pas d'accord.

M. Gallaway: Je suppose qu'en faisant cela vous ne pourrez pas proposer à nouveau la motion à une date ultérieure. Je ne sais pas quelles sont au juste les règles concernant les modifications, mais vous pouvez mettre cette motion aux voix et qu'elle soit adoptée ou non, rien ne vous empêchera de proposer une autre motion disant que vous voulez ces chiffres pour le 1^er^ novembre, par exemple.

[*Text*]

I don't think it's incumbent upon people here to negotiate a motion.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I appreciate the recommendation to table it in the future, but I would like it to be on the books today.

The Chairman: Are there any further comments?

Mr. McKinnon: I'm simply talking as a member who sees some merit in having the figures Mrs. Brown is suggesting. The concern I have, however, is that one week or two weeks does not a report make. I think it would be virtually meaningless to get a collection of numbers that aren't in any way put forward in a fashion we could understand. I suggest they're not available.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): You raise a very good point. Insofar as this is very new it may be that it is ill–defined, because in the motion you see "expenditure plans and priorities for. . .1995–96".

The finance minister, when he tabled his budget, mentioned in those discussions two years of expenditures, so we already know he's in the planning process himself. To think our Department of Canadian Heritage is not—that to me is questionable.

So we're looking at expenditure plans and priorities and at a very new Standing Order that perhaps is ill–defined, but in any event this is on the books for today. Given your interpretation of the motion under Standing Order 81(7), I still would like it to remain as it is.

Le président: Madame Tremblay.

• 1725

Mme Tremblay: Je trouve cela extrêmement intéressant et je pense effectivement un peu comme M^me^ Brown. Il doit y avoir pas mal de plans et de priorités qui sont déjà en chantier. Il y a quelqu'un qui travaille au ministère pour préparer cela. Il y a du monde qui dépense l'argent qui est voté, mais il y en a qui prépare l'année d'après.

La seule chose qui m'ennuie, compte tenu de ce que j'ai entendu... Je suis prête à appuyer la motion, mais il me semble que faire le rapport avant le mois de juin, ce sera difficile. Si M^me^ Brown était prête à accepter une motion, je serais prête à dire: demandons au ministère de nous déposer ses plans de dépenses et priorités pour le mois de septembre quand on va revenir le 19, quand on va recommencer à travailler. Vraiment, notre calendrier est prêt jusqu'au 23 juin, avec plus que nous sommes capables d'en faire. On commence aujourd'hui à siéger jusqu'à 10 heures tous les soirs. On va finir par être complètement essouflés de toute façon. Je me dis que ce serait extrêmement intéressant si on pouvait avoir tout cela, quand on va rentrer au mois de septembre.

Ça va être le Conseil du Trésor, ça va être toutes les opérations, etc. Normalement, tout devrait être prêt pour le mois de septembre et à ce moment–là on pourrait regarder ça avant que le ministère achemine le tout au Conseil du Trésor pour faire le prochain budget. Ça m'apparaîtrait un compromis intéressant si on pouvait juste déplacer la date pour le mois de septembre.

[*Translation*]

Il n'appartient pas aux gens ici présents de négocier une motion.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): J'apprécie votre recommandation de la déposer à une date ultérieure, mais j'aimerais qu'elle figure au compte rendu d'aujourd'hui.

Le président: Y a–t–il d'autres commentaires?

M. McKinnon: Je pense qu'il serait bon d'avoir les chiffres dont M^me^ Brown a parlé. Je crains cependant qu'une ou deux semaines ne suffisent pas. Il ne servirait à presque rien d'avoir une série de chiffres sous une forme que nous n'arrivons pas à comprendre. Je ne pense pas que ces chiffres soient disponibles.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Vous soulevez un très bon point. Comme cela est très nouveau, il se pourrait que les choses ne soient pas très claires, parce que la motion dit «les plans de dépenses et priorités pour... 1995–1996».

Lorsqu'il a déposé son budget, le ministre des Finances a parlé de deux années de dépenses, de sorte que nous savons déjà qu'il en est lui–même à l'étape de la planification. Pour moi, il serait discutable que notre ministère du Patrimoine canadien ne le soit pas également.

Nous avons donc à nous pencher sur des plans de dépenses et des priorités et sur un article très nouveau du Règlement qui est peut–être mal défini, mais il reste que nous avons à le faire aujourd'hui. J'aimerais que la motion demeure telle quelle, étant donné l'interprétation que vous en donnez en vertu de l'article 81(7) du Règlement.

The Chairman: Mrs. Tremblay.

Mrs. Tremblay: I find it extremely interesting and I share Mrs. Brown's point of view. There must be quite a few plans and priorities already in progress. There is someone working on that in the department. There are people spending the money that has been voted, but there are people preparing the year after.

The only thing that is bothering me, considering what I have heard... I am prepared to second the motion but it seems to me it would be difficult to produce a report before June. If Mrs. Brown was ready to accept an amendment I would say: let us ask the department to table its expenditure plans and priorities with us by September, when we come back on the 19 to resume our duties. Our schedule is complete up until June 23, with more work than we are able to do. We are sitting until 10:00 p.m. every night starting today. We will end up completely out of breath anyway. I think it would be extremely interesting if we could have all that when we come back in September.

The Treasury Board will be involved and all kinds of operations will be taking place. Normally, everything should be ready by September and we could then have a look at it before the department sends everything to the Treasury Board for the next estimates. It appears to be an interesting compromise if we could only change the date for September.

[*Texte*]

Mrs. Brown (Calgary Southeast): *Madame Tremblay, merci.* Actually, in my amendment that was presented to you earlier today, or to somebody in this committee, I had actually projected October 3 as the date I would be quite comfortable with. But that date was negated; it was not acknowledged as acceptable.

Mrs. Tremblay: Let's do it now.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I'm quite comfortable with that.

Mrs. Tremblay: I'll do the amendment. I propose an amendment that we could get the "plans and priorities", as it is here, when we come back on October 3.

The Chairman: The wording would be "to be tabled with the Standing Committee on Canadian Heritage".

Mrs. Brown (Calgary Southeast): And remove the word "immediately".

The Chairman: Why don't we just say "tabled with the Standing Committee on Canadian Heritage by October 3, 1994", if I catch the sense of this?

Mrs. Tremblay: Okay.

Mrs. Brown (Calgary Southeast) Okay.

The Chairman: We have an amendment. May we have comment on the amendment.

Mr. Cannis: Projected. . .?

The Chairman: Well, the consideration and report; in other words—

Mrs. Tremblay: For consideration in 1994.

The Chairman: Let's get it first.

Mrs. Tremblay: As soon as possible.

The Chairman: One thing at a time. So the amendment says that we're asking for this information, which definitely comes under the Standing Orders—we can ask for it—by October 3. It doesn't say we're going to report by then.

Mrs. Tremblay: No, we got it.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): By 1994.

The Chairman: We'd get it by then, by 1994, absolutely.

Mr. Galloway: I'm not totally familiar with Standing Order 81. Does it refer to the month of October? Does it give you some frame of reference to determine the date?

The Chairman: It does. What is really odd about this text is that it says "Any report made in accordance with section (7) of this Standing. . ." Let me go back a bit. Section 81(7) says:

> When main estimates are referred to a standing committee, the committee shall also be empowered to consider and report upon the expenditure plans and priorities in future fiscal years of the departments and agencies whose main estimates are before it.

So we can ask for this stuff.

[*Traduction*]

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): *Mrs. Tremblay, thank you.* En fait, dans l'amendement qui a été présenté plus tôt, à vous ou à un autre membre du comité, j'avais fixé la date au 3 octobre, ce qui me satisfaisait tout à fait. Mais cette date a été rejetée; on m'a dit qu'elle n'était pas acceptable.

Mme Tremblay: Allons–y maintenant.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Cela me convient tout à fait.

Mme Tremblay: Je vais donc proposer l'amendement. Je propose que nous exigions les «plans de dépenses et priorités», comme on peut le lire ici, pour notre retour le 3 octobre.

Le président: Le texte serait donc le suivant: «soient déposés au Comité du Patrimoine canadien».

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Et qu'on enlève le mot «immédiatement».

Le président: Pourquoi ne pas dire tout simplement: «déposés au Comité du Patrimoine canadien d'ici le 3 octobre 1994», si j'ai bien compris le sens de vos interventions?

Mme Tremblay: D'accord.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): D'accord.

Le président: Nous avons donc un amendement. Y a–t–il des commentaires au sujet de cet amendement?

M. Cannis: Prévu. . .?

Le président: Eh bien, l'examen et le rapport, autrement dit. . .

Mme Tremblay: Pour examen en 1994.

Le président: Obtenons–les d'abord.

Mme Tremblay: Le plus tôt possible.

Le président: Une chose à la fois. Donc, l'amendement dit que nous exigeons cette information, qui tombe sans aucun doute sous le coup du Règlement—nous sommes en droit de la demander—d'ici le 3 octobre. Cela ne veut pas dire que nous allons produire notre rapport d'ici là.

Mme Tremblay: Non, que nous aurons les documents.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): En 1994.

Le président: Nous allons les avoir en 1994, c'est certain.

M. Galloway: Je ne connais pas très bien l'article 81 du Règlement. Est–ce qu'il y est question du mois d'octobre? Est–ce qu'il contient certains critères pour permettre de déterminer la date?

Le président: Ce qui est vraiment bizarre dans ce texte, c'est qu'on peut y lire: «. . .un rapport établi conformément au paragraphe (7) du présent. . .» Permettez–moi de remonter un peu plus haut. Le paragraphe 81(7) est formulé en ces termes:

> Lorsque le budget des dépenses principal est renvoyé à un comité permanent, celui–ci est habilité à examiner les plans et priorités des ministères et organismes dont il examine le budget, pour les années financières futures, et à faire rapport à ce sujet.

Donc, nous pouvons demander ces documents.

[*Text*]

Section 81(8) says:

Any report made in accordance with section (7) of this Standing Order may be made up to and including the last normal sitting day in June, as set forth in Standing Order. . .

Now, the odd thing about section (7) is that it mentions the words "expenditure plans". That's what part III of the main estimates is. I find it inconceivable that the Department of Canadian Heritage has a document with the date 1995–96 already, for the end of June. So I think the spirit of this—if you'll allow me to interpret—is that they think it's reasonable that we ask the department to declare in as much detail as it can provide what its expenditure plans and priorities are for the next fiscal year.

• 1730

So we're giving them a little latitude here. That's my understanding of it.

So are there any other questions about what we're doing here?

Mr. Cannis: Are we retaining the words "projected expenditures", as Madam Tremblay suggested?

The Chairman: I think that if the expenditures are for 1995–96 it's implicit that they're projected. *Ça veut dire ça.*

Amendment agreed to

Motion agreed to

The Chairman: The meeting is adjourned.

[*Translation*]

Et le paragraphe 81(8) prévoit ce qui suit:

La présentation d'un rapport établi conformément au paragraphe (7) du présent article peut se faire jusqu'au dernier jour ordinaire de séance inclus, en juin, tel que stipulé à l'article. . .

Ce qui est bizarre dans le paragraphe (7), c'est qu'il y est question des «plans de dépenses». Cela correspond à la partie III du budget des dépenses principal. Je trouve inconcevable que le ministère du Patrimoine canadien ait déjà un document pour les années 1995–1996, pour la fin de juin. Donc, je pense que l'esprit de ce paragraphe—si vous me permettez de l'interpréter—c'est que ses auteurs jugent que nous pouvons raisonnablement demander au ministère de nous donner autant de détails que possible sur ses plans et priorités de dépenses pour la prochaine année financière.

Donc, nous leur donnons un peu plus de latitude. C'est du moins ce que je comprends.

Y a-t-il d'autres questions sur ce que nous sommes en train de faire?

M. Cannis: Est-ce que nous conservons les mots «prévisions de dépenses», comme M^me^ Tremblay l'a suggéré?

Le président: Je pense que s'il s'agit de dépenses pour l'année 1995–1996, ce sont des prévisions, c'est implicite. *That's what it means.*

L'amendement est adopté

La motion est adoptée

Le président: La séance est levée

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid / Port payé
Lettermail / Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

As Individual:

David Ellis.

From the Canadian Conference of the Arts:

Keith Kelly, National Director.

TÉMOINS

À titre personnel:

David Ellis.

De la Conférence canadienne des arts:

Keith Kelly, Directeur général.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

C·A·
XC 61
-C13

Government Publications

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 18

Wednesday, June 8, 1994

Chairperson: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 18

Le mercredi 8 juin 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Bill C–31, An Act to amend the Canadian Film Development Corporation Act.

INCLUDING:

The First Report to the House

CONCERNANT:

Projet de loi C–31, Loi modifiant la Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne.

Y COMPRIS:

Le Premier Rapport à la Chambre

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

LIBRARY
JUL 11 1994
University of Toronto

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chairperson: John Godfrey

Vice–Chairs: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Associate Members

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidentes: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Membres associés

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

ORDER OF REFERENCE

Extract from the Votes & Proceedings of the House of Commons of Monday, May 30, 1994:

The Order was read for second reading and reference to the Standing Committee on Canadian Heritage of Bill C–31, An Act to amend the Canadian Film Development Corporation Act.

Mr. Anderson (Minister of National Revenue) for Mr. Dupuy (Minister of Canadian Heritage), seconded by Mr. Tobin (Minister of Fisheries and Oceans), moved — That the Bill be now read a second time and referred to the Standing Committee on Canadian Heritage.

Debate arose thereon.

The question was put on the motion and it was agreed to, on division.

Accordingly, the Bill was read a second time and referred to the Standing Committee on Canadian Heritage.

ATTEST

ORDRE DE RENVOI

Extrait des Procès–verbaux de la Chambre des communes du lundi 30 mai 1994:

Il est donné lecture de l'ordre portant deuxième lecture et renvoi au Comité permanent du patrimoine canadien du projet de loi C–31, Loi modifiant la Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne.

M. Anderson (ministre du Revenu national), au nom de M. Dupuy (ministre du Patrimoine canadien), appuyé par M. Tobin (ministre des Pêches et des Océans), propose — Que le projet de loi soit maintenant lu une deuxième fois et renvoyé au Comité permanent du patrimoine canadien.

Il s'élève un débat.

La motion, mise aux voix, est agréée avec dissidence.

En conséquence, le projet de loi est lu une deuxième fois et renvoyé au Comité permanent du patrimoine canadien.

ATTESTÉ

Le Greffier de la Chambre des communes

ROBERT MARLEAU

Clerk of the House of Commons

REPORT TO THE HOUSE

Thursday, June 9, 1994

The Standing Committee on Canadian Heritage has the honour to present its

FIRST REPORT

In accordance with its Order of Reference of Monday, May 30, 1994, your Committee has considered Bill C–31, An Act to amend the Canadian Film Development Corporation Act, and has agreed to report it without amendment.

A copy of the Minutes of Proceedings and Evidence relating to this Bill (*Issue No. 18 which includes this Report*) is tabled.

Respectfully submitted,

RAPPORT À LA CHAMBRE

Le jeudi 9 juin 1994

Le Comité permanent du patrimoine canadien a l'honneur de présenter son

PREMIER RAPPORT

Conformément à son Ordre de renvoi du lundi 30 mai 1994, votre Comité a étudié le projet de loi C–31, Loi modifiant la Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne, et a convenu d'en faire rapport sans modification.

Un exemplaire des Procès–verbaux et témoignages relatifs à ce projet de loi (*fascicule nº 18 qui comprend le présent rapport*) est déposé.

Respectueusement soumis,

Le président,

JOHN GODFREY,

Chairman.

MINUTES OF PROCEEDINGS

WEDNESDAY, JUNE 8, 1994
(23)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 7:10 o'clock p.m. this day, in Room 253–D, Centre Block, the Chairman, John Godfrey, presiding.

Member of the Committee present: Jan Brown, John Cannis, Roger Gallaway, John Godfrey, Albina Guarnieri, Glen McKinnon.

Acting Member present: Harold Culbert for Bonnie Brown.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers. *From Public Bills Office:* Charles Bellemare, Legislative Clerk. *From the Legislative Counsel Office:* Diane L. McMurray, Legislative Counsel.

Witnesses: From Telefilm Canada: Jean–Paul Paré, Director, Financing and Administration. *From the Canadian Bankers' Association:* Charles S. Coffey, Senior Vice–President, Business Banking, Royal Bank of Canada, and Chair, Independent Business Committee; Robert D. Morrice, Senior Manager, Entertainment Software, Royal Bank of Canada. *By Teleconference: From Calgary, Alberta: From the Canadian Film and Television Production Association:* Kevin DeWalt, Chairman of the Board; Sandra Macdonald, President. *From the Department of Canadian Heritage:* Jean–François Bernier, Acting Director, Film Video and Sound Recording Policy and Programs; Dorothy Franklin, Director of Financial Management.

The Order of Reference dated Monday, May 30, 1994, being read as follows: Ordered, — That Bill C–31, An Act to amend the Canadian Film Development Corporation Act be now read a second time and referred to the Standing Committee on Canadian Heritage.

The Chair called Clause 1.

The witness from Telefilm Canada made a statement, and answered questions.

Charles S. Coffey made a statement and, with the other witness from the Canadian Bankers' Association, answered questions.

Kevin DeWalt made a statement and, with the other witness from the Canadian Film and Television Production Association, answered questions.

Clause 1 carried.

Clause 2 carried.

Jan Brown moved, — That the following new clause be added immediately after line 25 on page 1:

"3. (1) Three years after the coming into force of this Act, a comprehensive review of the application and operation of the amendments to the *Canadian Film Development Corporation Act* as enacted by this Act shall be undertaken by such committee of the House of Commons as may be designated or established by the House for that purpose.

PROCÈS–VERBAL

LE MERCREDI 8 JUIN 1994
(23)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 19 h 10, dans la salle 253–D de l'édifice du Centre, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Jan Brown, John Cannis, Roger Gallaway, John Godfrey, Albina Guarnieri, Glen McKinnon.

Membre suppléant présent: Harold Culbert pour Bonnie Brown.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche. *Du Bureau des projets de loi d' intérêt public:* Charles Bellemare, greffier législatif. *Du Bureau des conseillers législatifs:* Diane L. Murray, conseiller législatif.

Témoins: De Téléfilm Canada: Jean–Paul Paré, directeur, Financement et administration. *De l'Association des banquiers canadiens:* Charles S. Coffey, premier vice–président, Service aux entreprises, Banque royale du Canada, et président, Comité de l'entreprise indépendante; Robert D. Morrice, directeur général, Diverticiel, Banque royale du Canada. *Par téléconférence: De Calgary (Alberta): De l'Association canadienne de production de film et de télévision:* Kevin DeWalt, président du conseil; Sandra Macdonald, présidente. *Du ministère du patrimoine canadien:* Jean–François Bernier, directeur intérimaire, Politique et programmes du film, de la vidéo et de l'enregistrement sonore; Dorothy Franklin, directrice, Gestion financière.

Lecture est faite de l'ordre de renvoi du lundi 30 mai 1994: Il est ordonné, — Que le projet de loi C–31, Loi modifiant la Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne, soit maintenant lu une deuxième fois et renvoyé au Comité permanent du patrimoine canadien.

Le président appelle: Article 1.

Le témoin de Téléfilm Canada fait un exposé et répond aux questions.

Charles S. Coffey fait un exposé puis, avec l'autre témoin de l'Association des banquiers canadiens, répond aux questions.

Kevin DeWalt fait un exposé puis, avec l'autre témoin de l'Association canadienne de production de film et de télévision, répond aux questions.

L'article 1 est adopté.

L'article 2 est adopté.

Jan Brown propose, — Que le nouvel article qui suit soit ajouté après la ligne 25, à la page 1:

«3. (1) Trois ans après l'entrée en vigueur de la présente loi, une examen complet des modifications à la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadiennne* édictées par la présente loi et les conséquences de leur application, doit être fait par le comité de la Chambre des communes que celle–ci constitue ou désigne à cette fin.

(2) The committee referred to in subsection (1) shall, within three months after the review is undertaken or within such further time as the House of Commons may authorize, submit a report on the review to the House including a statement of any changes the committee recommends."

After debate thereon, the question being put on the amendment, it was negatived: YEAS 1; NAYS:5.

The question being put on the Title, it carried.

The Bill carried.

ORDERED, — That the Chairman report Bill C–31, without amendment, to the House.

At 8:52 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

(2) Dans les trois mois qui suivent le début de son étude ou dans le délai supérieur que la Chambre des communes lui accorde, le comité visé au paragraphe (1) remet son rapport accompagné, s'il y a lieu, des modifications qu'il recommande à la Chambre des communes.»

Après débat, l'amendement, mis aux voix, est rejeté par 5 voix contre 1.

Le titre, mis aux voix, est adopté.

Le projet de loi est adopté.

IL EST ORDONNÉ, — Que le président fasse rapport à la Chambre du projet de loi, sans proposition d'amendement.

À 20 h 52, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Texte*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Wednesday, June 8, 1994

[*Traduction*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mercredi 8 juin 1994

• 1909

The Chairman: Ladies and gentlemen, I think we'll begin. We have enough people to begin the hearing of witnesses and when we come to the *moment critique* I hope we'll have enough people to do all the voting. If not, I don't know what I'm going to do.

I want to welcome everybody. This is the first piece of legislation the committee has had to deal with. In keeping with the avant–garde nature of the committee and its willingness to explore hidden frontiers, we're actually going to be video teleconferencing from Calgary starting at about 8 p.m. Then we'll move on to the votes.

I think what we'd like to do, then, is to begin by calling the first witness, from Telefilm Canada,

M. Jean–Paul Paré, directeur, Financement et administration. Vous avez la parole, puis on va vous poser des questions jusqu'à peu près 19h30.

M. Jean–Paul Paré (directeur, Financement et administration, Téléfilm Canada): Merci, monsieur le président. Si vous le permettez, j'aurais quelques remarques à présenter sur le programme pendant quelques minutes.

Le président: Mesdames et messieurs, je crois que nous pouvons débuter. Nous sommes suffisamment nombreux pour entendre des témoins et lorsque nous en arriverons au moment critique, j'espère que nous aurons assez de députés pour voter. Sinon, je ne sais pas ce que je ferai.

Bienvenue à tous. Ceci est le premier projet de loi dont est saisi notre comité. Conformément à la nature avant–gardiste de ce comité et à son désir d'explorer des domaines cachés, nous allons en fait avoir une téléconférence avec Calgary à partir d'environ 20 heures. Après, nous passerons au vote.

Peut–être que nous pourrions donc demander au premier témoin, Téléfilm Canada,

Mr. Jean–Paul Paré, director, Financing and Administration, to begin. You have the floor, then we will ask you a few questions up until around 7:30.

Mr. Jean–Paul Paré (Director, Financing and Administration, Telefilm Canada): Thank you, Mr. Chairman. If you will allow me, I would like to make a few brief observations on the program.

• 1910

The first piece of information I have that I will leave for the record is that in preparing the proposal, we documented there is a need to provide high–quality Canadian production to compete with foreign products. To help that process, we recognized there was a market potential for Canadian production.

Nous avons aussi noté, lorsque nous avons parlé aux institutions financières, ainsi qu'aux producteurs et aux distributeurs, que la propriété intellectuelle était perçue comme une valeur intangible que les institutions financières avaient du mal à utiliser comme garantie pour obtenir du financement.

We've also noted there was a need to provide high–quality Canadian productions to compete with foreign products while at the same time recogizing there is a market potential for Canadian productions. Given what I've just mentioned and bearing in mind that there has been a decrease in the financial resources that have been available to the film and video industry, there has been a recognition of a need to diversify the source of financing

et de faciliter l'accès au financement.

Une étude récente a indiqué qu'il y a des contrats d'une valeur approximative de 100 millions de dollars qui pourraient être escomptés auprès des institutions financières et ainsi devenir productifs si la perception de leur valeur était rehaussée à un niveau acceptable pour les institutions financières.

We should bear in mind that the contributions of foreign sales to the growth of the industry have been increasing in the past few years, yet the comments we have received indicate there is a reluctance to monetize those contracts, as opposed to Canadian contracts.

La première chose que j'ai à vous dire c'est qu'en préparant cette proposition, nous avons pu établir combien il était nécessaire de fournir une production canadienne de haute qualité pour concurrencer les produits étrangers. À cet effet, nous avons constaté qu'il existait des débouchés pour la production canadienne.

We have also noted, in our talks with financial institutions, and with producers and distributors, that intellectual property was perceived as an intangible asset that financial institutions were finding hard to use as a loan guarantee.

Nous avons d'autre part noté qu'il était nécessaire de fournir des productions canadiennes de qualité pour concurrencer les produits étrangers tout en reconnaissant qu'il y a des débouchés possibles pour les productions canadiennes. Étant donné ce que je viens de dire et sachant que les ressources financières qui étaient à la disposition de l'industrie du film et du vidéo ont diminué, on a reconnu qu'il était nécessaire de diversifier la source de financement.

and to facilitate access to financing.

A recent study indicated that there are contracts of roughly $100 million which could be used with financial institutions and become productive if their perceived value were brought up to an acceptable level for financial institutions.

Il ne faut pas oublier que les contributions des ventes étrangères à la croissance de ce secteur ont augmenté ces dernières années alors que, d'après ce que l'on nous a dit, il semble que l'on ait hésité à financer ces contrats plutôt que les contrats canadiens.

[*Text*]

Therefore, as a result of the situation I've just described, we are formulating a proposal to provide Telefilm Canada with the ability to grant loan guarantees to the lenders—that is, mainly the financial institutions—up to 85% of the amount borrowed by eligible producers and distributors of the film industry. The impact we anticipate from this program is that the program will make a tangible contribution

aux secteurs de culture canadienne. Ce programme deviendra un incitatif qui devrait stimuler un accroissement des investissements dans le secteur culturel.

It should also bolster the commercial viability of the cultural industry.

Having made those statements, we recognize the ability that would be given to Telefilm Canada to give loan guarantees totalling $25 million at any given point in time up to a maximum of 85% of the value of the loan implies a risk to Telefilm Canada and to the Government of Canada. To mitigate that risk, I'd like to describe some of the factors that are taken into account to give us assurance that the risk is manageable.

• 1915

First, on the basis of the review of the existing loan guarantee programs in Canada, we came to the conclusion that the loan loss rate in each of those programs was negligible. Furthermore, Telefilm Canada has an $8 million interim loan fund it has managed for a good number of years. This loan fund has been managed on a commercial basis in the past five years and we've made interim loans totalling approximately $30 million. In those five years our losses totalled $10,000 only.

As a background, given the experience in Canada with the interim financing and the loan guarantee programs managed by various provinces, the amounts managed were not of the significance of what we are proposing, although the process will be the same. We've had some discussion with

l'Institut pour le financement du cinéma des industries culturelles en France qui sont responsables pour la gestion des garanties de prêts aux institutions culturelles, pour le secteur privé, et pour un montant qui totalise approximativement 980 millions de francs. En ce qui concerne le secteur de la télévision, au cours de la dernière conversation que j'ai eue avec eux, les responsables mentionnaient des pertes totales de 1.5 p. 100 en moyenne.

La valeur ajoutée de ce programme est que l'expertise de Téléfilm Canada avec le milieu de l'industrie cinématographique a été établie, mais cette expérience que nous avons avec le secteur de la distribution et le secteur de la production sera jumelée à l'expertise financière des institutions financières. Ce jumelage devrait nous permettre de limiter le niveau du risque à propos de ce programme. Merci.

Le président: Merci bien.

[*Translation*]

Ainsi, dans le contexte que je viens de décrire, nous sommes en train de formuler une proposition qui donnerait à Téléfilm Canada la possibilité d'accorder des garanties de prêts aux bailleurs de fonds—c'est-à-dire, essentiellement aux institutions financières—jusqu'à concurrence de 85 p. 100 du montant emprunté par les producteurs et distributeurs admissibles du secteur cinématographique. Le résultat escompté est que ce programme représentera une contribution tangible

to the Canadian culture industry. This program will become an incentive which should stimulate and increase investments in the cultural industry.

Cela devrait d'autre part rendre le secteur culturel plus viable commercialement parlant.

Cela dit, nous reconnaissons qu'en accordant cette possibilité à Téléfilm Canada d'offrir des garanties d'emprunts dont le total ne dépasserait jamais 25 millions de dollars, garanties qui pourraient représenter jusqu'à 85 p. 100 de la valeur de l'emprunt, représente un risque pour Téléfilm Canada et pour le gouvernement canadien. Afin d'atténuer ce risque, je vais vous décrire certains des facteurs dont nous tenons compte pour nous assurer que nous pouvons effectivement gérer le risque.

Tout d'abord, d'après le résultat de l'étude sur le programme actuel de garantie de prêts au Canada, nous en avons conclu que le taux de pertes sur prêts pour chacun de ces programmes était négligeable. En outre, Téléfilm Canada gère depuis un certain nombre d'années un fonds de crédit-relais de 8 millions de dollars. Depuis cinq ans, ce fonds est géré selon des principes commerciaux et nous avons consenti des prêts-relais pour un total d'environ 30 millions de dollars. Au cours de ces cinq ans, nos pertes n'ont pas dépassé 10 000$.

Pour replacer les choses dans leur contexte, compte tenu de l'expérience en matière de programmes de financement provisoire et de garantie de prêts appliqués par diverses provinces, les sommes en cause n'étaient pas aussi importantes que ce que nous proposons, même si le processus sera le même. Nous avons eu des discussions avec

the "Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles", in France, that is responsible for the management of loan guarantees to cultural institutions in the private sector, for an amount totalling approximately 980 million francs. As regards the television industry, during the last conversation I had with them, the Institute's officers said that their total loan loss rate averaged 1.5%.

The added value of that program is that Telefilm Canada's expertise has been established with the film industry community, but our experience in the distribution and production sectors will be matched with the financial expertise of financial institutions. This matching should allow us to restrict the level of risk under that program.

The Chairman: Thank you very much.

[*Texte*]

Jan Brown.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Thank you, Mr. Chairman.

Thank you very much for being here. I just would like to go back to something you said. I didn't quite understand when you were talking about perceived value. Who was this perceived value explained to or given to?

Mr. Paré: I was probably referring to the added value of the program to the industry. The financial expertise already existed with the financial institution to a degree that far surpassed that of Telefilm. Telefilm has a team in place that is familiar with the cultural sector in the film and television sector and with the distribution. So Telefilm Canada would use its knowledge of the players in the industry in production and in distribution to evaluate the ability of the companies that want to borrow money so we could express an opinion regarding the degree of risk and their ability to pay it back.

Mrs. Brown: So this is based on Telefilm's evaluation of a particular company's ability to repay, correct?

Mr. Paré: To deliver the products.

Mrs. Brown: All right. To deliver the product.

Because perception, which is part of perceived value, always is in the mind of the perceiver, I'm interested on what basis or if there are any criteria on which Telefilm would make that judgment.

Mr. Paré: The judgment would be made on the basis of a number of factors. First, of course, we would look at the contractual arrangement to make sure all the contracts in place are binding, so there would be legal evaluations. There would be an evaluation by the expert in distribution to make sure of the value of the distributor's guarantee and to ensure their performance with Telefilm in the past has been correct—that they've met their obligations to Telefilm.

There would be an evaluation of the financial structures of the production. That would be made by the specialists in that arena, but basically it would be looking at the record of the production company's financial structure to ensure all the financing is in place. There will be another evaluation made of the borrower—let's say, for example, the production company—to make sure they're viable, they have the ability to deliver the product, and that their record is adequate.

• 1920

In addition to all this, given that Telefilm will be at risk up to 85% while the financial institution will be at 15%, the financial institution, in addition to that, will make a financial evaluation to satisfy that their 15% will be recouped. It'll be a partnership with the private sector.

Mrs. Brown: That's helpful. There's assurance that the risk is manageable when you're looking at perceptions and perceived values. I just wanted some clarification of that because in your presentation you brought that out some degree of significance. We're looking at a fair chunk of change here.

[*Traduction*]

Madame Brown, vous avez la parole.

Mme Brown (Calgary Sud–Est): Merci, monsieur le président.

Merci beaucoup de votre présence, monsieur. Je voudrais revenir à l'une de vos observations. Je n'ai pas très bien compris ce que vous avez voulu dire par valeur perçue. À qui a–t–on expliqué en quoi consistait cette valeur perçue ou qui en a profité?

M. Paré: Je parlais sans doute de la valeur ajoutée que ce programme représente pour l'industrie. L'institution financière possédait déjà une expertise financière bien supérieure à celle de Téléfilm. Il y a à Téléfilm une équipe qui connaît bien le secteur culturel du cinéma et de la télévision, ainsi que le secteur de la distribution. Ainsi, Téléfilm Canada fera appel à sa connaissance des intervenants dans les secteurs de la production et de la distribution de l'industrie, pour évaluer la capacité des entreprises désireuses d'emprunter, de sorte que nous pourrons exprimer une opinion au sujet du niveau de risque et de leur capacité de remboursement.

Mme Brown: Cela se fonde donc sur l'évaluation faite par Téléfilm de la capacité de remboursement d'une entreprise donnée, n'est–ce pas?

M. Paré: Pour offrir les produits.

Mme Brown: Très bien. Pour offrir le produit.

Étant donné que la perception, qui fait partie intégrante de la valeur perçue, est toujours présente à l'esprit de celui qui évalue la situation, je voudrais bien savoir sur quelle base ou en vertu de quel critère Téléfilm prendra sa décision.

M. Paré: Sa décision sera en fonction d'un certain nombre de facteurs. Tout d'abord, il va sans dire que nous examinerons l'entente contractuelle pour nous assurer que tout les contrats en vigueur sont exécutoires, de sorte qu'il y aura des évaluations juridiques. Puis l'expert du secteur de la distribution fera une évaluation pour s'assurer de la valeur de la garantie du distributeur et vérifier si ses rapports avec Téléfilm ont été bons par le passé—c'est–à–dire si le distributeur a respecté ses obligations envers Téléfilm.

Puis il y aura une évaluation des structures financières de la production. Celle–ci sera effectuée par les spécialistes du domaine, mais il s'agira essentiellement d'examiner le bilan de la structure financière de la société de production pour vérifier si toutes les mesures de financement sont en place. Puis, on évalue l'emprunteur—par exemple, la société de production—pour s'assurer que c'est une société rentable, qui peut remplir ses obligations et qui a de bons antécédents.

En outre, étant donné que Téléfilm risque jusqu'à 85 p. 100 et que l'institution financière, elle, assume 15 p. 100 du risque, l'institution financière fait une évaluation financière pour s'assurer qu'elle récupérera sa contribution. C'est donc un partenariat avec le secteur privé.

Mme Brown: C'est très utile. Ainsi, on s'assure que le risque est acceptable, ce qui est important puisqu'on parle en fait de perception. Je voulais cette précision parce que vous en avez parlé dans votre exposé. Il s'agit d'un changement assez important.

[*Text*]

Mr. Paré: Yes, we are.

Mrs. Brown: Thank you.

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): You stated that the loan–loss rate for the existing fund was negligible. I wonder if you can define what's negligible. Is it less than 1%?

Mr. Paré: Yes, less than 1%.

Mr. Gallaway: Okay. You also referred to the fact that Telefilm has presently, or has had for some period of time, an existing loan fund. I believe you said it was $8 million.

Mr. Paré: It's $8 million.

Mr. Gallaway: What has been the average growth rate of that fund?

Mr. Paré: At the beginning of 1980 it was $4 million. I believe in 1988 it was raised to $8 million. That's the level at which it is at now. It turns around about one or one and one–half times a year. We're making on the average between $8 million and $10 million worth of loans per year.

Mr. Gallaway: Can you express that in terms of a percentage? I'm not certain if I'm clear on the answer.

Mr. Paré: I'm not too sure I understand your question.

Mr. Gallaway: I thought you said you started out with $8 million at some point. Then I heard the number $30 million at some other point.

Mr. Paré: Oh, okay.

Mr. Gallaway: I'm just wondering what the rate of return on it is in terms of a percentage.

Mr. Paré: The rate of return is about prime. Concerning how we arrived at the figure of $30 million, I look at the total of the loans we made in the past five years. It was approximately $30 million, cumulative, over five years.

Mr. Gallaway: Yes.

Mr. Paré: I look at the actual write–off we made. This totalled $10,000. That's the figure I quoted.

Mr. Gallaway: Okay.

Mr. Paré: The limit of the fund is $8 million per year.

Mr. Gallaway: Okay.

Mr. Paré: I cannot loan more than $8 million at any given point in time.

Mr. Gallaway: Okay. Thank you. One final question. It has to do with the terms of the loan. What's the average payback time on them?

Mr. Paré: The average payback is about 6 to 12 months; 18 months is the maximum. Right now the policy is such that the maximum term of the loan is 24 months. When averaged, it's about 12 months.

[*Translation*]

M. Paré: En effet.

Mme Brown: Merci.

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): Vous avez dit que le taux de pertes sur les prêts pour le fonds existant est négligeable. Peut–être pourriez–vous définir le terme «négligeable». Ce taux est–il inférieur à 1 p. 100?

M. Paré: Oui, moins de 1 p. 100.

M. Gallaway: Très bien. Vous avez aussi dit que, à l'heure actuelle, ou depuis quelque temps, Téléfilm réserve des fonds aux prêts. Je crois que vous aviez dit que ce fonds s'élevait à 8 millions de dollars.

M. Paré: C'est exact, 8 millions de dollars.

M. Gallaway: Quel est le taux de croissance moyenne du fonds?

M. Paré: Au début de 1980, ce fonds était de 4 millions de dollars. En 1988, je crois, il est passé de 4 millions à 8 millions de dollars et il est encore à ce niveau. Son rendement annuel est d'environ une fois ou une fois et demie cette somme. Chaque année, les prêts nous rapportent en moyenne entre 8 millions et 10 millions de dollars.

M. Gallaway: Pourriez–vous exprimer cette somme en pourcentage? Je ne suis pas certain de comprendre votre réponse.

M. Paré: Je ne suis pas certain d'avoir compris votre question.

M. Gallaway: Je croyais vous avoir entendu dire que vous aviez commencé avec 8 millions de dollars. Puis vous avez aussi parlé de 30 millions de dollars.

M. Paré: Oh oui, je vois.

M. Gallaway: Je voudrais bien savoir quel est le rendement du fonds en pourcentage.

M. Paré: Le taux de rendement est approximativement le taux de base. En ce qui concerne le montant de 30 millions de dollars, c'est le total des prêts que nous avons accordés au cours des cinq dernières années. Nous avons octroyé la somme cumulative de 30 millions de dollars pendant les cinq dernières années.

M. Gallaway: Je vois.

M. Paré: Les créances qui ont été radiées se sont élevées à 10 000$. C'est le chiffre que je vous ai donné.

M. Gallaway: D'accord.

M. Paré: Le fonds se limite à 8 millions de dollars par année.

M. Gallaway: Je vois.

M. Paré: Je ne peux prêter plus de 8 millions de dollars en une année.

M. Gallaway: Merci. Une dernière question, sur la durée des prêts. Quelle est la période moyenne de remboursement des prêts que vous accordez?

M. Paré: En moyenne, c'est de six à 12 mois, le maximum étant de 18 mois. À l'heure actuelle, conformément à la politique, la durée maximale d'un prêt est de 24 mois. Toutefois, en moyenne, les prêts sont remboursés en 12 mois.

[*Texte*]

Mr. Gallaway: I promise this is my last question. In terms of loans, do you in any way limit it to television, video, or film? I'm not in that business. Is it limited in any way, or is it multi-media?

Mr. Paré: It's strictly television and film. We make two-thirds in television approximately and about one-third in film. The reason for it is because there's more activity in television.

Mr. Gallaway: Okay. Thank you.

Mr. McKinnon (Brandon—Souris): Thank you very much for your information. I'm looking at some of the other information here. I note that the $25 million loan guarantee program was set up in 1967, according to what I see here. I'm wondering whether or not that is still a viable number considering the inflation that has gone on since that period of time. In other words, are these sufficient dollars to do the job?

Mr. Paré: The $25 million has no relationship whatsoever to the figures you saw in 1967. The $25 million—if I may read this into your question—is a figure we came up with to make the program worthwhile to invest the resource. Our documentation indicates that the market is approximately $100 million, $117 million, but we're starting with $25 million.

• 1925

The Chairman: Mr. Culbert. Welcome.

Mr. Culbert (Carleton—Charlotte): Thank you very much, Mr. Chairman. I will probably ask some questions that have been previously asked, so I hope you'll bear with me.

In your presentation you indicated that your losses have certainly been very small over the more recent years. With regard to the history of the profitability of the industry, from your perspective and from your experience, is that profitability going to build an economy or complement our economy and ultimately create some jobs as a result of being able to fund these extra areas of endeavours?

Mr. Paré: Yes, that's our belief. It was very difficult to try to estimate the number of jobs that will be created as a result of this program. If you will permit me, I'll go through the reasoning that we've used to estimate the potential impact. If you take, for example, a loan guarantee program of $25 million at any given point in time and the program is very successful—you raise that $25 million, because you cannot have any more than $25 million at a given point in time. Let's say it turns on the basis of the interim loan fund one and a half times per year, so you have $43 million that you generate out of business.

This $43 million, if you take as a hypothesis on a conservative basis that you finance on an interim basis 30% of the production that would not otherwise be made and you multiply that by three, then you would have $125 million's worth of volume, of activity that you've created. If you look in the cultural sector. . .you might want to multiply that by two or three. So you're up to some very big number, maybe $200 million, $250 million.

[*Traduction*]

M. Gallaway: Une toute dernière question, je le promets. Vos prêts sont-ils consentis uniquement pour la production d'émissions télévisuelles, de vidéos ou de films? Ce n'est pas mon domaine. Vous limitez-vous à certaines activités ou accordez-vous des prêts pour la production multimédia?

M. Paré: Nous nous limitons strictement à la télévision et au cinéma. De toutes les productions que nous finançons, environ les deux tiers sont des émissions télévisuelles et un tiers, des films, le domaine télévisuel étant plus actif.

M. Gallaway: Très bien. Je vous remercie.

M. McKinnon (Brandon—Souris): Merci beaucoup de votre exposé. J'ai d'autres documents ici où je remarque que le programme de garantie de prêts de 25 millions de dollars a été mis sur pied en 1967 d'après ce qu'on dit ici. Cette somme vous semble-t-elle encore acceptable, compte tenu de l'inflation que nous connaissons depuis cette époque? Autrement dit, avez-vous suffisamment d'argent pour vous acquitter de votre tâche?

M. Paré: La somme de 25 millions de dollars n'a rien à voir avec les chiffres que vous voyez ici pour 1967. Cette somme de 25 millions de dollars—si je peux me permettre d'interpréter votre question—est la somme qui, à notre avis, nous permettrait d'assurer la viabilité du programme. D'après notre documentation, le marché vaut approximativement de 100 à 117 millions de dollars, mais nous allons commencer par 25 millions.

Le président: Monsieur Culbert. Bienvenue.

M. Culbert (Carleton—Charlotte): Merci beaucoup monsieur le président. Je vais probablement poser des questions qui ont déjà été posées, et je m'en excuse à l'avance.

Dans votre exposé, vous avez dit que vos pertes ont été assurément très minimes ces dernières années. Au sujet de la rentabilité historique du secteur, de votre point de vue et en vous fondant sur votre expérience, cette rentabilité va-t-elle contribuer à notre économie ou la compléter? Autrement dit, le fait de pouvoir financer certaines productions supplémentaires va-t-il créer des emplois?

M. Paré: Oui, c'est notre conviction. Il a été très difficile d'évaluer le nombre d'emplois qui seraient créés grâce à ce programme. Si vous me le permettez, je vais vous exposer le raisonnement que nous avons appliqué pour évaluer l'incidence probable. Prenons par exemple un programme de garantie de prêts de 25 millions de dollars à un moment donné et supposons que ce programme connaît beaucoup de succès. On amasse donc la somme de 25 millions parce qu'on ne peut pas dépasser ce montant. Disons que le roulement des prêts intérimaires est de un et demi par année, ce qui donnerait un chiffre d'affaires de 43 millions de dollars par année généré par ce fonds.

Posons comme hypothèse qu'au moins 30 p. 100 des productions que l'on finance de façon intérimaire n'auraient pas vu le jour autrement et multiplions le tout par trois, on obtient donc un chiffre total de 125 millions de dollars d'activités que l'on a créées. Pour calculer les retombées dans l'ensemble du secteur culturel, on pourrait multiplier ce chiffre par deux ou trois. On aboutit ainsi à un chiffre très important de l'ordre de 200 à 250 millions de dollars.

[*Text*]

We estimate that the number of jobs created could be as high as 5,000. The question is how much production is going to be advanced as a result of it, how much is going to be new. It's a difficult thing to estimate. We know the figure is significant and that's why an evaluation will be made after two years to see what the impact of the program has been. If the experience in France is anything that can be transported to Canada—they have a market of 980 million francs that they're using, which is approximately $250 million. So eventually in Canada it could be about $100 million and something, which could create activity to that extent.

Statements made by the people in the industry, the producers, indicated that there's a need for further sources of financing. So we're convinced that there'll be more activity, there'll be more jobs. The question is how many more.

Mr. Culbert: I have a couple of quick questions, if I may, Mr. Chairman. In your production, has it been your experience that 100% of that production is Canadian, or 80%, 70%, 60%? I'm trying to translate that economic impact. As a result of that economic impact, what percentage would benefit Canadians? That's what we're most interested in, and I'm wondering how much of that is coming in from other countries in the production and how much is right here at home in Canada.

Mr. Paré: I won't be able to give you the figures, because I don't have those figures directly. But what I can mention is this program will only be accessible to Canadian distributors and producers, so that it creates some activity for their companies, which in turn should benefit Canadians.

Mr. Culbert: We don't have any statistics on that area?

Mr. Paré: They are probably available somewhere. I think they could be made available at a given point in time. But the key is that if you encourage the Canadian producer and distributor, you will create activity in Canada.

• 1930

Mr. Culbert: One final question, Mr. Chair, if I might.

Again, from your experience in the industry, would funding be available from any other financial institutions in Canada if this were not the case? If the loan guarantees were not provided, would the proposals or projects just fall by the wayside if this were not available?

Mr. Paré: That's been the result and that's the reason for our research. That's why the program is being proposed. Without the program, only the production companies and the distributors that had a well–established line of credit would have access to credit. Those who have had the experience and can deliver, but do not have the experience in their structural or financial records of those that are already established, would be left without the financial resources.

I've talked to a number of producers and distributors and also with some of the associations. In some of their statements they've made clear that there is a need to diversify the social financing.

[*Translation*]

Nous estimons que le nombre d'emplois créés pourrait atteindre 5 000. La question est de savoir combien de nouvelles productions seront lancées grâce à ce programme. C'est difficile à évaluer. Nous savons que le chiffre est important et c'est pourquoi on a prévu de faire une évaluation après deux ans pour vérifier l'impact du programme. Je ne sais si l'on peut transposer l'expérience de la France au Canada, mais là–bas, ils ont un marché de 980 millions de francs, c'est–à–dire environ 250 millions de dollars. Donc, au Canada, cela pourrait atteindre environ 100 millions ou plus d'activités qui seraient créées.

Des déclarations faites par des porte–parole du secteur, des producteurs, indiquent qu'il y a un besoin de nouvelles sources de financement. C'est pourquoi nous sommes convaincus qu'il y aura plus d'activités et que des emplois seront créés. La question est de savoir combien.

M. Culbert: Je voudrais poser deux ou trois questions rapides, monsieur le président. Dans votre expérience, est–ce que 100 p. 100 de ces productions sont canadiennes, ou est–ce plutôt 80 p. 100, 70 p. 100, 60 p. 100? J'essaie de cerner l'incidence économique. Quel pourcentage de cette activité avantagerait les Canadiens? C'est ce qui nous intéresse au premier chef et je me demande quelle proportion de ces productions viendrait d'autres pays ou du Canada.

M. Paré: Je ne pourrais pas vous donner ces chiffres, car je ne les ai pas en main. Mais je peux vous dire que seuls les distributeurs et producteurs canadiens auront accès à ce programme, qui créera de l'activité dans leur entreprise, ce qui avantagerait évidemment les Canadiens.

M. Culbert: Nous n'avons pas de chiffres statistiques pour ce domaine–là?

M. Paré: Il existe probablement des données quelque part. Je pense qu'on pourra vous les communiquer plus tard. Mais la clef, c'est que si l'on encourage les producteurs et distributeurs canadiens, on créera de l'activité au Canada.

M. Culbert: Une dernière question, monsieur le président, si vous me le permettez.

En vous fondant sur votre expérience dans ce secteur, diriez–vous que l'on pourrait trouver ce financement dans n'importe quelle autre institution financière canadienne en l'absence de ce programme? Si les garanties de prêts n'étaient pas offertes, les propositions ou projets en question seraient–ils tout simplement mis au rancard?

M. Paré: Telle était en effet la situation et c'est la raison de notre recherche. C'est pourquoi ce programme est proposé. En l'absence du programme, seules les compagnies de production et distributeurs bien établis, ayant de solides marges de crédit, pourraient trouver des fonds. Ceux qui ont suffisamment d'expérience pour faire du bon travail, mais qui n'ont pas un bilan structurel ou financier aussi bien établi que leurs concurrents, seraient dans l'incapacité de trouver du financement.

J'ai parlé à un bon nombre de producteurs et de distributeurs et aussi à quelques représentants d'associations. Certains d'entre eux ont dit clairement qu'il existe un besoin de diversifier les sources de financement.

[*Texte*]

Mr. Culbert: Thank you very much, Mr. Chairman.

Le président: Merci, monsieur Paré. C'est très clair. On vous remercie beaucoup. Je crois qu'il est maintenant temps de changer de témoins,

and I'd ask Charles Coffey and Robert Morrice to come forward and give us a bank's perspective.

Mr. Charles Coffey (Senior Vice–President, Business Banking, Royal Bank of Canada): Mr. Chairman, thank you for the opportunity. I'm delighted to be here for several reasons, the first one to recognize the important role this committee is playing.

Secondly, it's nice to see my member for Don Valley West chairing this committee. I should also tell you, Mr. Chairman, that your colleague Mr. Culbert and I are from the same town: Woodstock, New Brunswick. We used to play hockey and went to school together. He has sharp elbows, by the way, still. He had sharp elbows as a hockey player and I hope he's continuing that in getting—

The Chairman: I just want to insist and reassure our Reform colleague that the fix is not in.

Mr. Coffey: If I can move to western Canada, the hon. member from Brandon—Souris was very supportive of the Canadian Bankers Association and the First Nations people when they got together a few months ago to start a new partnership between the banks and the First Nations people of this country. Mr. McKinnon, we appreciate that support.

For those of you whom I have not met, my name is Charlie Coffey. I'm the senior vice–president of business banking in Canada for the Royal Bank of Canada. With me this evening is Robert Morrice, a specialist at Royal Bank in financing films and entertainment software. Mr. Morrice has been closely associated with the film and television production industry for more than a decade.

I might interrupt, Mr. Chairman, to indicate that I have given the clerk a package, which contains my brief speaking notes and some other information.

We requested the opportunity, Mr. Chairman, to appear before your committee to speak in support of Bill C–31, an act to amend the Canadian Film Development Corporation Act. We at Royal Bank believe the creation of a loan guarantee program administered by Telefilm Canada, which this bill will enable, will give companies in the Canadian film and video industry easier access to sources of private sector funding. Easier access to capital by small businesses in Canada, which of course includes most of the more than 700 film and video production companies in Canada, is an important policy objective for the federal government. Loan guarantee programs, and here I am referring particularly to government programs like the Small Businesses Loans Act and EDC type guarantees, have been very successful in Canada. They prove that government and banks can work together for the benefit of Canadian business.

[*Traduction*]

M. Culbert: Merci beaucoup, monsieur le président.

The Chairman: Thank you, Mr. Paré. We thank you very much. I believe it is now time to go to the next witness,

et je prie donc Charles Coffey et Robert Morrice de s'avancer et de nous donner le point de vue des banques.

M. Charles Coffey (vice–président principal, Affaires commerciales, Banque royale du Canada): Monsieur le président, je vous remercie de nous avoir invité. Je suis ravi d'être ici pour plusieurs raisons, tout d'abord parce que cela me permet de reconnaître le rôle important que joue votre Comité.

Deuxièmement, je suis content de voir que mon député de Don Valley Ouest préside le Comité. Je vous signale par ailleurs, monsieur le président, que votre collègue M. Culbert et moi–même sommes de la même ville: Woodstock, au Nouveau–Brunswick. Nous avons joué au hockey et sommes allés à l'école ensemble. Je tiens à vous dire qu'il a les coudes pointus, et j'espère qu'il poursuit dans la même veine. . .

Le président: Je tiens à rassurer notre collègue Réformiste en lui disant que tout cela n'est nullement arrangé.

M. Coffey: Je passe maintenant à l'Ouest du Canada et je signale que le député de Brandon–Souris a appuyé fermement l'Association des banquiers canadiens et les Premières Nations quand ils se sont réunis il y a quelques mois pour lancer un nouveau partenariat entre les banques et les Premières Nations du Canada. Monsieur McKinnon, nous vous remercions de cet appui.

Pour ceux d'entre vous que je n'ai pas encore rencontrés, je m'appelle Charlie Coffey et je suis vice–président principal aux Affaires commerciales à la Banque royale du Canada. Je suis accompagné ce soir de Robert Morrice, de la Banque royale, qui se spécialise dans le financement de films et de diverticiels. M. Morrice est étroitement associé depuis plus de 10 ans au secteur de la production cinématographique et télévisuelle.

Je signale en passant, monsieur le président, que j'ai remis au greffier une trousse contenant mes brèves notes et d'autres documents.

Monsieur le président, nous avons demandé à comparaître devant votre Comité pour nous prononcer en faveur du projet de loi C–31, loi visant à modifier la Loi sur la société de développement de l'industrie cinématographique canadienne. Nous, à la Banque royale, nous avons la conviction que la création d'un programme de garanties de prêts administré par Téléfilm Canada, ce que ce projet de loi permettra de faire, donnera aux compagnies du secteur canadien de la production cinématographique et télévisuelle un accès plus facile aux sources de financement dans le secteur privé. Or, l'accès plus facile aux capitaux par les petites entreprises canadiennes, qui comprennent évidemment la plupart des plus de 700 compagnies canadiennes de production cinématographique et télévisuelle, est évidemment un objectif important du gouvernement fédéral. Les programmes de garantie de prêts, et ici je songe particulièrement aux programmes gouvernementaux comme la Loi sur les prêts aux petites entreprises et les garanties offertes par la SEE, ont connu beaucoup de succès au Canada. Cela prouve que le gouvernement et les banques peuvent travailler de concert pour le plus grand bien de l'entreprise canadienne.

[*Text*]

Successful passage of Bill C–31 will result in a loan guarantee program that contributes to the growth of an industry that has both economic and cultural importance to our country. As Ms Guarnieri said on May 30, the program will be an invaluable financial incentive contributing to the growth of the Canadian film and video industry. I agree with her view that a key objective of the program is to encourage financial institutions to become better acquainted with this industry and devote more of their resources to funding Canadian production and distribution companies.

[*Translation*]

L'adoption du projet de loi C–31 verra naître un programme de garanties de prêts qui contribuera à la croissance d'un secteur qui a une grande importance économique et culturelle dans notre pays. Comme M^me^ Garnieri l'a dit le 30 mai, le programme sera un précieux stimulant financier qui contribuera à la croissance du secteur canadien du film et de la vidéo. Je suis d'accord avec son point de vue selon lequel l'un des objectifs clés du programme est justement d'encourager les institutions financières à mieux connaître ce secteur et à consacrer une plus grande partie de leurs ressources au financement des entreprises canadiennes de production et de distribution.

• 1935

I also agree with her view that financial institutions have been reluctant to participate in funding companies of this type because they are unfamiliar with the cultural sector and consider intellectual property inadequate security from a financial perspective.

Je suis d'accord avec lui quand il dit que les institutions financières hésitent à participer au financement de sociétés de ce genre parce qu'elles connaissent mal le secteur culturel et considèrent la propriété intellectuelle comme étant un bien offrant moins de sécurité du point de vue financier.

The situation with my own bank is a little different. This is a business we understand well and one in which we are very active. Through a group of account managers in Toronto, Montreal and Vancouver led by my colleague, Robert Morrice, Royal Bank has become the undisputed market leader in Canada.

À ma banque, les choses sont un peu différentes. C'est un milieu que nous connaissons bien et où nous sommes très actifs. Grâce à un groupe de gestionnaires de comptes à Toronto, Montréal et Vancouver, dirigé par mon collègue Robert Morrice, la Banque royale est devenue le chef de file incontesté de ce marché au Canada.

In 1993 our bank financed more than 50 Canadian film and television productions in 10 countries. Building on this success, we recently expanded our team to Edmonton, Regina, Winnipeg and Halifax. We identified entertainment software, particularly film and television production, as an important growth market for us. It is a vibrant, world–class Canadian industry that is growing very rapidly, which means it's creating jobs as well as tax revenues.

En 1993, notre banque a financé plus de 50 films et productions de télévision canadiens, dans 10 pays. À partir de ces réussites, notre équipe s'est agrandie et compte maintenant des membres à Edmonton, Régina, Winnipeg et Halifax. Nous avons décidé que les marché du diverticiel, particulièrement la production de films et d'émissions de télévision serait pour nous un important marché en pleine croissance. Au Canada, ce secteur de classe mondiale a une croissance forte et dynamique, ce qui signifie qu'il crée des emplois en plus de produire des revenus pour l'État.

It has also helped to create the infrastructure that has helped to make Canada the location of choice for many foreign film and television productions.

On a en outre créée une infrastructure qui a contribué à faire du Canada un emplacement de choix pour les producteurs étrangers de films et d'émissions de télévision.

The package of 10 new television channels licensed by the CRTC, a most welcome development, will result in further growth opportunities for this industry.

Le bloc de 10 nouvelles chaînes de télévision accordé par le CRTC a été accueilli avec enthousiasme; il s'agit là d'une nouvelle occasion de croissance pour l'industrie.

The difficulties many production companies have in attracting bank financing are very similar to those faced by other knowledge–based industries. Their borrowing requirements can only be backed by intellectual rather than the more tangible assets that banks have traditionally felt more comfortable lending against.

Les problèmes qu'éprouvent de nombreuses sociétés de production lorsqu'il s'agit d'obtenir des crédits bancaires sont partagés par d'autres industries de l'information. Leurs emprunts ne peuvent être garantis que par des biens intellectuels plutôt que par les biens tangibles auxquels les banques sont plus habituées.

Some bankers are still working out how to evaluate and price this risk. Doing this successfully is important to both depositors, whose deposits are being loaned, and shareholders, who want assurance their investment is being protected.

Certains banquiers en sont encore à trouver une méthode pour évaluer ce risque. Il importe de bien le faire, à la fois pour les déposants dont l'argent est prêté et pour les actionnaires qui veulent avoir l'assurance que leur investissement est protégé.

While understanding the industry and knowing the borrower are fundamental to a bank's ability to make good loans, loan guarantee programs of the type envisioned in this bill will make it easier for some borrowers to deal with lenders who are not familiar with the industry and its players.

Pour faire de bons prêts, la banque doit bien comprendre l'industrie et connaître l'emprunteur. Des programmes de garanties de prêts du genre que prévoit ce projet de loi faciliteraient les choses pour certains emprunteurs qui font des démarches auprès de prêteurs qui connaissent mal l'industrie et ses participants.

[*Texte*]

Our success and interest in the entertainment software industry flows from a much broader Royal Bank initiative that employs market management techniques to help us better understand and meet the highly specialized financial needs of knowledge-based industries. This understanding is not acquired overnight.

Financing entertainment software is a profitable business for the Royal Bank group. We've engaged primarily in providing interim financing for film and television productions, with borrowing requirements in excess of $1 million. This business is profitable because our loan losses over the past five years have been minimal. As the committee has been told, Telefilm Canada has also enjoyed similar successes with its lending program.

The resident expertise in Telefilm Canada will be very helpful to those financial institutions that are not so familiar with the industry. In this regard, the loan guarantee program should encourage greater interest from other banks in production financing than has been the case to date. The Royal Bank certainly looks forward to continuing its close working relationship with Telefilm Canada.

An important benefit of the loan guarantee program, in our view, is that it will make it somewhat easier for production companies outside the main centres of Montreal, Toronto and Vancouver to access financing. These companies tend to be smaller and less well-known, with less of a track record upon which prospects for success can be evaluated. They also represent an important aspect of our country's cultural fabric.

Before concluding my presentation, Mr. Chairman, I would like to refer you and your committee to the printed material provided to you. It includes an example of a hypothetical model of production financing. The purpose of this is to set out in a clear and, hopefully, easily understood way some of the key issues involved in production financing and how they will be dealt with under the loan guarantee program.

I will ask my colleague, Robert Morrice, to comment briefly on the model and then we would like to answer any questions you might have.

Mr. Robert Morrice (Senior Manager, Entertainment Software, Royal Bank of Canada): Mr. Chairman, members of the committee, we have a one-page outline of what a bank is typically faced with when it is looking at interim production financing. A producer will have pre-sold the television or film production; in other words, other parties will be taking the market risk as to whether the production is a success or a failure. As a financial institution, we have to assess those parties' ability to take that risk.

• 1940

If you look at the table mid-way on the page, you'll see the type of parties who will be buying the product from the Canadian producer. This is a typical type of example, drawn on one that we financed, and it was a documentary. The biggest buyer was, of course, PBS from the United States. It sounds like it would be easy to understand; it's not. It is in fact a series of corporations for public broadcasting. CBC was the Canadian licensee, and that's easy paper to understand. The Ontario film

[*Traduction*]

Notre réussite et notre intérêt dans le domaine du diverticiel découle d'une initiative plus vaste de la Banque royale où l'on utilise des techniques de gestion de marché pour mieux comprendre et satisfaire les besoins financiers très spécialisés des industries de l'information. Cette compréhension ne s'acquiert pas du jour au lendemain.

Le financement du diverticiel est rentable pour le groupe de la Banque royale. Nous avons surtout accordé un financement intérimaire pour des productions de films et d'émissions de télévision, ayant besoin d'emprunts de plus d'un million de dollars. Ces prêts ont été rentables puisque nos pertes en cinq ans ont été minimes. Comme on l'a dit au comité, Téléfilm Canada a connu le même succès avec son programme de prêts.

La compétence à l'interne chez Téléfilm Canada pourrait être très utile aux institutions financières qui connaissent encore mal l'industrie. À ce sujet, le programme de garantie de prêts devrait susciter chez les autres banques davantage d'intérêt que par le passé pour le financement de productions. La Banque royale est certainement ravie de pouvoir poursuivre son étroite collaboration avec Téléfilm Canada.

Le programme de garantie de prêts sera à notre avis particulièrement avantageux parce qu'il sera plus facile pour les compagnies de production à l'extérieur des grands centres de Montréal, Toronto et Vancouver d'avoir accès à du financement. Ces sociétés sont plus petites et moins bien connues; elles n'ont pas des antécédents suffisants pour qu'on puisse bien évaluer leur chance de succès. Mais elles représentent également un aspect important du tissu culturel canadien.

Avant de terminer, monsieur le président, je recommande à tous les membres du comité de lire les documents que nous vous avons remis. On y trouve un exemple hypothétique de financement d'une production. Nous vous le présentons en espérant que vous allez voir clairement et comprendre plus facilement les questions-clés du financement de la production et la façon dont elles seront traitées dans le cadre du programme de garantie de prêts.

Je vais demander à mon collègue, Robert Morrice, d'expliquer brièvement ce modèle. Nous répondrons ensuite à vos questions.

M. Robert Morrice (directeur général, Diverticiel, Banque royale du Canada): Monsieur le président, messieurs et mesdames les membres du comité, nous avons un tableau d'une page décrivant la situation d'une banque qui envisage un financement intérimaire pour une production. Le producteur a vendu à l'avance l'oeuvre qu'il compte produire pour la télévision ou le cinéma. En d'autres termes, ce sont d'autres parties qui assument le risque commercial, si la production doit être un succès ou un échec. En tant qu'institution financière, nous devons évaluer la capacité de ces parties d'assumer ce risque.

Dans le tableau qui occupe le milieu de la page, vous verrez quels genres de parties achètent les films de producteurs canadiens. Il s'agit en l'occurrence d'un exemple typique, inspiré d'un documentaire que nous avons financé. Le plus gros acheteur a été bien entendu la chaîne PBS, des États-Unis. Cela pourrait sembler facile à comprendre, mais ce n'est pas le cas, car PBS regroupe une série d'entreprises du secteur de la radio-diffusion publique. Au Canada, c'est la Société Radio-

[*Text*]

investment program was involved; there was a tax shelter with the sale of the CCA to generate funds. BBC also licensed the program; ZDF, which is a German broadcaster, state–owned, also did it. TF1, a major broadcaster in France; RTVE, a state–owned broadcaster in Spain; RI, a state–owned broadcaster in Italy, ABC, which is the Australian Broadcasting Corporation, and TVNZ, which is the state–owned broadcaster in New Zealand, all licensed this program.

To a general banker, seeing these types of contracts come in is very off–putting because they are foreign and they are conditional upon the product actually being delivered. We are fortunate enough to have experience dealing with both of these counter–parties, as we call them, and the nature of production risk.

The producer came to us for a loan. Typically, a producer of this nature would need a loan for between six months and two years. If he went to a non–specialist banker, as we've indicated here, the problems he would have are. . .at the end of the day he's going to wind up with a can of film. It's hard to touch, hard to feel, and hard to step on, and if you don't know the industry, it's hard to know what perceived value it has or what real value it has.

The contracts from the foreign parties are often quite complex. Jean–Paul Paré referred to the ability of their legal department to get through and understand that there is a certainty of payment. Clearly, that's something that we do, as well.

The completion risk is another aspect to it. The product has to be made to trigger the contract. We have had the experience, in over 15 years in the business, to understand exactly what factors can affect successful completion.

Part of this program that is quite valuable to the industry is that it will prevent personal guarantees being taken from film producers. Quite often, a film producer who needs to get money to interim finance a production, even though it has already been pre–sold, would have to put up his house or something of that nature, particularly the smaller producers.

In the new program, banks or whatever other financial institution is being used, will be precluded from doing that.

We have given an example, at the bottom of the page, in which each production will have a single–purpose corporation, structured to handle that production. It will be owned, in a typical case, by a general operating company. We're restricted; we can only take the guarantee of that operating company, and of course at the Royal Bank that's already our practice, whenever possible.

[*Translation*]

Canada qui a obtenu la licence d'exploitation et là, c'est facile à comprendre. Le Programme d'investissement dans l'industrie cinématographique ontarienne comptait parmi les investisseurs, et l'abri fiscal résultant de la vente d'ACC a servi à amasser des fonds. La BBC a elle aussi été autorisée à diffuser le documentaire sous licence; c'était la même chose pour ZDF, un radio–diffuseur d'état allemand, ainsi que pour TF1, un important radio–diffuseur français; RTVE, un diffuseur d'État espagnol, RI, un diffuseur dÉtat italien, ABC, Australian Broadcasting Corporation, ainsi que pour la TVNZ, le diffuseur d'état de la Nouvelle–Zélande. Toutes ces entreprises ont obtenu une licence d'exploitation du documentaire.

Pour un banquier non–spécialisé, les contrats de ce genre peuvent être très déroutants, à la fois parce qu'ils sont passés avec des entités étrangères et parce qu'ils sont conditionnels, en ce sens que leur exécution est fonction de la livraison du produit. Nous avons la bonne fortune d'avoir eu des rapports avec toutes ces contreparties—c'est ainsi que nous les appelons—et de connaître la nature du risque de production.

Le producteur est venu nous voir pour emprunter. Typiquement, un producteur de ce genre a besoin d'un prêt pour une période de six mois à deux ans. S'il va voir un banquier non–spécialisé, comme je viens de le dire, il aura des problèmes. . . à la fin de la journée, il va se retrouver avec une boîte de film. C'est difficile à toucher, difficile à sentir et il est difficile de marcher dessus; quand on ne connaît pas l'industrie cinématographique, il est difficile de déterminer la valeur hypothétique ou réelle de cette boîte de film.

Les contrats passés avec les parties étrangères sont souvent très complexes. Jean–Paul Paré a dit que son service juridique était capable de les décrypter pour arriver à comprendre que les signataires allaient sûrement payer. De toute évidence, nous faisons la même chose.

Le risque d'exécution est un autre aspect de la question. Le produit doit être réalisé pour que le contrat s'applique. En plus de 15 ans dans le milieu, nous avons eu l'occasion de comprendre exactement quels facteurs peuvent influer sur la réalisation du produit.

Le programme sera très utile pour l'industrie cinématographique, ce qui va empêcher les banques d'exiger des garanties personnelles des producteurs. Bien souvent, un producteur de film qui a besoin d'argent pour assurer le financement provisoire d'une production, même déjà vendue, devra mettre sa maison ou un autre bien de ce genre en garantie, surtout s'il n'est qu'un petit producteur.

Grâce au nouveau programme, les banques ou les autres institutions financières citées n'auront plus le droit d'exiger ce genre de garantie.

Au bas de la page, nous avons un exemple dans lequel chaque production est confiée à une société à but unique formée pour s'en charger. Cette société appartient typiquement à une société exploitante générale. Nous avons les limites à respecter; nous ne pouvons accepter de garantie que de la société exploitante, et, bien entendu, c'est déjà notre façon de procéder à la Banque Royale, dans toute la mesure du possible.

[*Texte*]

That, in a nutshell... We've tried to distil down the interim production lending business to its core elements. This is why, we believe, other banks have such a hard time being able to provide financing to this industry.

Mr. Coffey: Mr. Chairman, I might also add that while we are here on behalf of the Royal Bank, as you know, I wear a second hat and that is as the chair of the Canadian Bankers Association independent business committee and can address industry issues, as well.

The Chairman: Thank you very much. We have about 15 minutes before, we hope, Calgary will magically appear on the big screen—guaranteed or not, I'm not certain. I think we might begin with Jan Brown.

Mrs. Brown: Thank you, Mr. Chairman.

Mr. Coffey, I really appreciate you and your colleague, Mr. Morrice, being here this evening. Please don't think that my line of questioning is anything other than a westerner bringing a really solid belief in the free market doing what it must do, in Canada, to provide jobs and to boost the economy, because that is clearly where I'm coming from in my remarks.

• 1945

I gather the Royal Bank solidly endorses this program. Is that correct?

Mr. Coffey: That's correct.

Mrs. Brown: If Telefilm Canada is successful in becoming a guarantor of loans such as in this bill, will the Royal Bank continue to independently fund other productions?

Mr. Coffey: Absolutely. We view Telefilm's involvement as complementary to our own activities.

Mrs. Brown: Thank you.

Mr. Morrice: To enlarge on that, many of our clients will not access this fund because the fund is limited to $1 million per production or per loan. Many of our clients require more than that. In fact, Royal Bank will be participating in about $90 million worth of production in Alberta this year. The size of those transactions is simply too large to be able to access this fund. Those are clearly already–established producers.

Mr. Coffey: Mr. Morrice and I just returned from the Banff Film Festival, which will be very familiar to you, and there was great excitement there about the future of this industry in Canada, and a lot of interest from foreign buyers.

There was excitement about the possibility of Telefilm having this guaranteed program in place. The producers need this; at least that's what we're hearing on the street. I want to acknowledge your home province for the wonderful hospitality they provided to the world. There are in excess of 500 delegates in Banff as we speak.

[*Traduction*]

En quelques mots, c'est ça... Nous avons essayé de simplifier au maximum en ne retenant que les éléments fondamentaux du processus du financement provisoire des productions. À notre avis, c'est pour cette raison que les autres banques ont eu tant de mal à fournir le financement nécessaire à l'industrie cinématographique.

M. Coffey: Monsieur le président, je tiens aussi à ajouter que, bien que nous comparaissions devant vous au nom de la Banque Royale, j'ai aussi un autre titre, comme vous le savez, celui de président du comité des entreprises indépendantes de l'Association des banquiers canadiens, et je peux me prononcer sur les questions qui intéressent l'industrie cinématographique à ce titre–là aussi.

Le président: Merci beaucoup. Il nous reste environ 15 minutes avant que Calgary apparaisse magiquement au grand écran, nous l'espérons, j'ignore si c'est garanti ou pas. Je pense que nous pourrions commencer avec Jan Brown.

Mme Brown: Merci, monsieur le président.

Monsieur Coffey, je vous suis infiniment gré d'être venu ici ce soir avec votre collègue M. Morrice. N'allez pas croire, je vous en prie, que les questions que je vais vous poser soient autre chose que l'intervention d'une femme de l'Ouest qui est fermement convaincue que c'est au marché libre de faire ce qu'il doit faire au Canada pour créer des emplois et pour relancer l'économie, parce que c'est clairement ce qui va ressortir de mon intervention.

Il paraît que la Banque Royale appuie énergiquement ce programme. C'est exact?

M. Coffey: C'est exact.

Mme Brown: Si Teléfilm Canada réussit à garantir des prêts, comme le projet de loi le prévoit, la Banque Royale continuera–t–elle à financer elle–même d'autres productions?

M. Coffey: Absolument. Pour nous, la participation de Téléfilm est un complément de nos activités.

Mme Brown: Merci.

M. Morrice: Je dois préciser qu'un bon nombre de nos clients n'auront pas accès à ce fonds, parce qu'il est limité à un million de dollars par production ou par prêt. Nous avons de nombreux clients qui ont besoin de plus que cela. En fait, la Banque Royale va participer cette année en Alberta à des productions d'une valeur totalisant environ 90 millions de dollars. L'ampleur de ces opérations financières est telle que les producteurs intéressés, qui sont manifestement déjà établis, seraient incapables d'avoir accès au fonds.

M. Coffey: M. Morrice et moi–même rentrons à peine du Festival du film de Banff, que vous connaissez très bien, et nous avons vu que les acheteurs étrangers étaient très optimistes quant à l'avenir de l'industrie cinématographique au Canada, et qu'ils manifestaient beaucoup d'intérêt.

Nous avons vu aussi que la possibilité que Téléfilm offre ce programme de garantie de prêts suscite beaucoup d'intérêt. Les producteurs en ont besoin; du moins, c'est ce que nous entendons dire dans le milieu. Je tiens à souligner à quel point votre province sait recevoir les gens du monde entier. A l'heure où je vous parle, il y a plus de 500 délégués à Banff.

[*Text*]

Mr. Morrice: It's almost 1,000.

Mrs. Brown: Thank you.

I have a concern, and although it's not really a question, you may want to comment on it. My research indicates that there is an increasing and marked reliance on public financing, a result of the almost total absence of private investors in Canadian feature film financing. My concern is that we're encouraging that same kind of reliance on public sector funding, without really looking at some of the ills of the marketplace. Obviously, they're not doing the job for film production.

You say foreign buyers expressed interest in Banff, but during his presentation Mr. Morrice talked about the concern that the sources of financing are foreign. It seems to me there's a discrepancy there, and maybe you might want to explain that to me.

Private sector investment in feature film production has decreased continually since 1986–87, and that's mainly the result of changes in the tax measures designed to encourage it. I think there are some extraneous influences within the marketplace, our tax system and the overall economy that are detrimental to the growth of this particular industry. Alberta is a bit of an anomaly in this regard because they aggressively pursue the arts through private sector channels, with little reliance on government funding.

Mr. Coffey: I think what we're seeing here is a partnership between the public and private sectors. There are certain producers or distributors who need the support of a loan guarantee program. It's no different from the SBLA or the support provided by the Export Development Corporation, where the risks might be a little higher than one would normally accept as a private sector lender. At the same time one must recognize that the loan loss experience in this industry by Telefilm Canada, $10 million—frankly, I wish I could have such a loan loss record in the banking business.

It's $25 million and that's a significant amount, but it's not direct capital going in. It's a guaranteed program. The experience on their own has been extremely good. We believe the government and private sector working together will create leveraged value by encouraging more people to come into the industry. The demand is growing. Canadian producers have a great reputation around the world. The foreign buyers that I mentioned in Banff are looking around at Canadians to produce product for them. Robert, you may want to talk about the apparent—

[*Translation*]

M. Morrice: Près de 1 000.

Mme Brown: Merci.

Quelque chose m'inquiète, et, même si ce n'est pas vraiment une question, vous voudrez peut–être bien me dire ce que vous en pensez. Ma recherche me révèle que l'on tend de plus en plus à s'en remettre largement à l'aide du secteur public, étant donné l'absence quasi totale d'investisseurs privés dans le secteur du financement des longs métrages canadiens. Je crains que nous le favorisions précisément cette dépendance de l'aide financière du secteur public, sans vraiment chercher à remédier à certains des problèmes du marché. De toute évidence, le secteur privé ne fait pas ce qu'il devrait faire pour la production cinématographique de films.

Vous dites que les acheteurs étrangers ont manifesté de l'intérêt à Banff, mais, pendant son exposé, M. Morrice a dit qu'on s'inquiétait que les sources de financement soient étrangères. Il me semble qu'il y a là une contradiction, et peut–être pourrez–vous me l'expliquer.

L'investissement du secteur privé dans la production de longs métrages a continuellement baissé depuis 1986–1987, essentiellement par suite des modifications des mesures fiscales conçues pour l'encourager. Je pense qu'il y a des influences de l'extérieur sur le marché, dans notre système fiscal et dans l'ensemble de l'économie, qui nuisent à l'expansion de cette industrie là. L'Alberta constitue une anomalie à cet égard, parce que le secteur privé n'hésite pas à financer les arts, de sorte que les producteurs font rarement appel aux deniers publics.

M. Coffey: Je pense qu'il existe en l'occurrence un partenariat du secteur public et du secteur privé. Certains producteurs et distributeurs ont besoin du soutien d'un programme de garantie de prêts. Ce n'est pas différent du régime de la LPPE ou de l'aide de la Société pour l'expansion des exportations, pour lesquelles les risques sont peut–être un peu plus élevés que ceux qu'un prêteur du secteur privé accepterait normalement. Cela dit, nous devons aussi reconnaître que les pertes sur prêts que Téléfilm Canada a dû absorber dans cette industrie ne sont que de 10 millions de dollars. . . franchement, j'aimerais bien avoir une fiche de pertes sur prêts pareille dans le secteur des banques.

Ces crédits de 25 millions de dollars sont une somme importante, mais il ne s'agit pas de capitaux directement injectés. C'est d'un programme de garantie qu'il s'agit. L'expérience que Téléfilm a accumulée est extrêmement positive. Nous estimons que, s'ils combinent leurs efforts, le gouvernement et le secteur privé créeront des valeurs spéculatives en encourageant plus de gens à se lancer dans l'industrie cinématographique. La demande augmente. Les producteurs canadiens ont une excellente réputation dans le monde entier. Les acheteurs étrangers dont j'ai parlé et que j'ai vu à Banff recherchent des Canadiens afin de leur faire produire des films pour eux. Robert, vous voudriez peut–être parler de ce qui semblait. . .

• 1950

Mrs. Brown: But that's a perfect opportunity for the private sector to back them.

Mme Brown: Mais c'est une occasion rêvée que vous devez appuyer pour le secteur privé.

[*Texte*]

Mr. Coffey: It has to be joint, Mrs. Brown. We have to do it together.

Mr. Morrice: There are two issues at hand here. One is the actual feature film industy in Canada and the other is the television industry in Canada. About 80% of our business is television financing. We have been fortunate to be involved with projects such as *Due South*, the first Canadian series that will be simulcast on a U.S. network in prime time. That's a clear example of private investors taking a product that is going to be shown around the world. If we look to another series, something like *Forever Knight*, which is being broadcast on CBS late night, there is no public money involved in that project. It is all private investor.

The trend we're seeing is actually quite different from the trend you've identified in that many of the producers who have grown with the assistance of Telefilm in the past are now at a stage where their product is succeeding around the world with private investment. Those are only some of the producers. In fact, Royal Bank, Dominion Securities was involved in raising $71 million of private investment money for two companies in this industry over the past six months. Over $150 million has been invested in this industry on an equity basis by investors over the past year.

So the trends we're seeing are actually different from the ones you're identifying because the industry is far different now. It is much more a television and commercially driven industry.

Mrs. Brown: Just for your information, my research comes from the 1992–93 annual report of Telefilm Canada. Those stats come right of there.

Mr. Morrice: Yes, but that's for feature film. What I'm talking about is television, which is 80% of the production volume in Canada.

Mrs. Brown: Okay, we won't mix apples and oranges. If my examples were feature film, then I don't understand why you would draw examples from the television industry to support your argument. I'd just like to make that distinction.

The Chairman: Let me ask a question, if I may, and you'll tell me if I'm speaking out of turn and violating commercial secrecy. Can you give me some order of magnitude? In your presentation you talked about the number of productions in countries. Can you give me a figure for how much that actually was?

Mr. Morrice: The total financing by the Royal Bank group to the industry is over $200 million over the past 12 months. We expect that over the next 12 months it will be about $300 million.

The Chairman: Does that cover things other than feature film production? What does that cover?

[*Traduction*]

M. Coffey: Il faut que ce soit une entreprise conjointe, madame Brown. Nous devons le faire ensemble.

M. Morrice: C'est une question à deux volets. Le premier est celui de l'industrie canadienne des longs métrages et l'autre celui de l'industrie canadienne de la télévision. Le financement des films pour la télévision représente environ 80 p. 100 de notre volume. Nous avons eu la chance de participer à des projets comme *Due South*, la première série canadienne qui sera présentée simultanément au Canada et sur un réseau américain aux heures de forte écoute. C'est un bon exemple de la prise en charge par des investisseurs privés d'un produit qui va être diffusé dans le monde entier. Dans le cas d'une série comme *Forever Knight*, qui est diffusé tard en soirée par CBS, le secteur public n'a pas participé au financement, car il a été entièrement assuré par des investisseurs privés.

À nos yeux, la tendance est bien différente de celle que vous avez décelée, car de nombreux producteurs qui ont fait leurs premières armes avec l'aide de Téléfilm en sont maintenant à un point où leurs produits remportent du succès dans le monde entier et sont financés par le secteur privé. Cela ne vaut que pour certains des producteurs. En fait, par l'intermédiaire de Dominion Securities, la Banque Royale a contribué à trouver 71 millions de dollars d'investissements du secteur privé pour deux compagnies cinématographiques au cours des six derniers mois seulement. Pendant la dernière année, des investisseurs ont injecté plus de 150 millions de dollars de leurs capitaux propres dans cette industrie.

Autrement dit, les tendances que nous constatons sont différentes de celles que vous avez décelées, parce que l'industrie du film a beaucoup changé; maintenant, il est bien plus axé sur la télévision et financé par des intérêts commerciaux.

Mme Brown: Pour votre gouverne, je tiens à préciser que mes données sont tirées du Rapport annuel de 1992–1993 de Téléfilm Canada. C'est de là que je tire mes statistiques.

M. Morrice: Oui, mais elles portent sur les longs métrages. Je vous parle de la télévision, qui représente 80 p. 100 du volume des productions au Canada.

Mme Brown: Très bien, ne mélangez pas des pommes et des oranges. Si des exemples que je vous ai donnés portaient sur les longs métrages, je ne comprends pas pourquoi vous iriez tirer des exemples de l'industrie de la télévision pour étayer vos arguments. Je tiens à bien faire cette distinction.

Le président: Permettez–moi de poser une question. Vous me direz si j'outrepasse mon mandat et si je viole le secret commercial. Pouvez–vous me donner une idée de l'ordre de grandeur? Dans votre exposé, vous avez parlé du nombre de productions dans différents pays. Pourriez–vous me donner des chiffres précis à ce sujet?

M. Morrice: Au cours des 12 derniers mois, la Banque Royale a financé en tout des prêts de plus de 200 millions de dollars de l'industrie canadienne du film. Nous comptons prêter environ 300 millions de dollars au cours des 12 prochains mois.

Le président: Ces chiffres comprennent–ils autre chose que la production de longs métrages? Que comprennent–ils?

[*Text*]

Mr. Morrice: The bulk of that is interim production loans. The bulk of those interim production loans are to television. In the industry, about $1.5 billion worth of production goes on in Canada each year.

The Chairman: If I understand, this will not change your strategies at all. It won't affect what you do; it will just help the others come to where you are. Is that what you were arguing?

Mr. Coffey: Yes.

Mr. Cannis (Scarborough Centre): Mr. Coffey, it's good to see you again. I think we met last time at a metro caucus some time back. Mr. Morrice, welcome.

The Chairman: I should indicate that he was only giving information about small–bank financing. He hadn't defected or anything. He hadn't joined the caucus.

Mr. Cannis: Is $1 million the maximum that the bank looks at with respect to these projects? You used $1 million as an example.

Mr. Morrice: We have tended to say that our minimum is $1 million.

Mr. Cannis: Minimum.

Mr. Morrice: Minimum loan. The biggest loan we've done for an individual production over the past, say, two years is about $15 million. There are very few Canadian productions larger than that.

Mr. Cannis: You mentioned that it's based on a pre–sold package.

Mr. Morrice: Yes, as the Telefilm program would also be.

Mr. Cannis: So if it's pre–sold, and if all the legal papers are in order with the other organizations, then really the risk is minimal in essence.

Mr. Coffey: The two risks. I'm sorry, Robert. There are two risks: the production risk — as Robert said, there has to be something in the can, if you will, to sell — and then the buyer risk. In the cases Robert used as an example, the risk is a state. We can assess the ability of the state film agency, New Zealand or Spain, for example, to repay the loan or to pay for the contract once the product is delivered.

Mr. Cannis: But aren't they under some obligation if they sign on the dotted line?

• 1955

Mr. Morrice: They are just under the normal commercial obligation to pay.

We take great comfort in the fact that we have other mitigants to that risk. What they've done is simply licensed that intellectual property for that territory. If they do not pay they do not get the property or the right to use the property to broadcast it; that is typically what they do.

[*Translation*]

M. Morrice: Le gros de ces chiffres correspond aux prêts de financement provisoire de productions. La plupart de ces prêts sont consentis pour des productions destinées à la télévision. La production canadienne de l'industrie totalise environ 1,5 milliard de dollars par année.

Le président: Si je comprends bien, cela ne changera pas du tout vos stratégies. Cela n'aura aucun effet sur vos activités, mais aidera simplement les choses à arriver au point où vous en êtes rendus. C'est bien cela que vous voulez dire?

M. Coffey: Oui.

M. Cannis (Scarborough–Centre): Monsieur Coffey, c'est un plaisir de vous revoir. Je crois que, la dernière fois que nous nous sommes vus, c'était à une réunion du caucus de la Région métropolitaine de Toronto, il y a quelque temps. Monsieur Morrice, je vous souhaite la bienvenue.

Le président: Je devrais préciser que M. Coffey ne faisait que donner une séance d'information sur le financement des petites banques. Il n'avait pas tourné casaque et il ne s'était pas joint au caucus.

M. Cannis: Le maximum que la banque envisage de prêter pour ces projets est–il un million de dollars? Vous avez donné l'exemple de un million de dollars.

M. Morrice: Nous voulions plutôt dire que notre minimum était de un million de dollars.

M. Cannis: Minimum.

M. Morrice: Notre prêt minimum. Le plus gros prêt que nous ayons consenti pour une production au cours des deux dernières années, mettons, était d'environ 15 millions de dollars. Il y a très peu de productions canadiennes plus importantes que ça.

M. Cannis: Vous avez dit que les prêts sont accordés pour une production vendue à l'avance.

M. Morrice: Oui, et ce serait le cas aussi du programme de Téléfilm.

M. Cannis: Si la production est vendue à l'avance, et si tous les documents légaux sont conformes aux exigences des autres organisations, le risque est minime, somme toute.

M. Coffey: Les deux risques. Excusez–moi, Robert. Il y a deux risques: le risque de production — comme Robert l'a dit, il faut qu'il y ait quelque chose à vendre dans la boîte de film, si vous voulez — et le risque de l'acheteur. Dans les cas que Robert a cité comme exemples, ce risque–là est assumé par un État. Nous pourrons évaluer la capacité de l'organisme cinématrophique national de la Nouvelle–Zélande ou de l'Espagne, par exemple, de rembourser le prêt ou d'acquitter le marché une fois le produit livré.

M. Cannis: Mais n'assument–ils pas une obligation s'ils signent le contrat?

M. Morrice: Ils n'ont qu'une obligation commerciale normale de payer.

Nous sommes très heureux d'avoir d'autres facteurs de mitigation de ce risque. Ces parties ont tout simplement obtenu la licence d'exploitation de cette propriété intellectuelle dans leur territoire. Si elles ne paient pas, elles n'obtiennent pas le produit ou le droit de s'en servir pour le diffuser; c'est ce qu'elles font normalement.

[*Texte*]

We could sue under normal commercial requirements, but of course then we're making a suit in, say, a German codified law system, in which it is questionable as to what our recoupment would be.

Mr. Coffey: The real risk could be summarized in three words, Mr. Cannis: management, management, management. That's why we, quite frankly, at the Royal Bank, were so encouraged with Telefilm's activities in the past, because they have the network and they know who the players are, particularly in that below–million–dollar level. They provide expertise in assessing the ability of management to produce what will eventually result in the cashflow from the foreign or domestic buyers, as the case may be.

Mr. Cannis: Have you had many instances and unfortunate situations that you had to pursue abroad legally to regain your loss? What has been the success ratio, if there's been any?

Mr. Morrice: It speaks to the comparative advantage that Canadian producers enjoy. Entertainment software is what's driving the information highway and there is a big shortage of product around the world, and this is why we see a lot of growth in this industry.

It really is a seller's market. The buyers are obliged to pay. If they fail to pay, their supply from other producers will have dried up.

Mr. Coffey: To use the example of *E.N.G.*, which had support from Telefilm Canada, it has been exported to 48 countries around the world. There is tremendous demand for Canadian product around this globe.

Mr. Cannis: This is my last question, Mr. Chairman. Will you and have you acted in the past in loan partnership when an amount that is being requested is beyond your guidelines?

Mr. Morrice: I'm not sure I understood the question.

Mr. Cannis: Have you acted as a loan partner with, say, a request for a specific amount of money as something you are not comfortable with?

Mr. Morrice: There was a feature film, executive produced by David Bowie and starring Alan Rickman, called *Mesmer*, which was in production last fall. A German bank operating out of London, called Berliner Bank, was unable to understand the Canadian part of the deal. This was a Canadian–British–German co–production. We were able to come in and stand behind the Canadian part of the deal to essentially co–finance the production with that bank.

In terms of co–productions, we quite often have a structure where we will finance the Canadian portion of the deal and a foreign bank will be financing. . .typically French is the biggest portion of the co–production industry in Canada. So yes, we have been in those situations.

Mr. Cannis: A clear distinction separates the two; basically, we'll provide support for the Canadian side and the Germans, for example, or the French, will provide support for their side.

[*Traduction*]

Nous pourrions intenter des poursuites pour faire respecter les obligations commerciales habituelles, mais, bien entendu, nous devrions alors intenter des poursuites en vertu du droit allemand, par exemple, de sorte que nous pouvons nous demander ce que nous pourrions récupérer.

M. Coffey: Monsieur Cannis, le risque se résume somme toute à trois mots: gestion, gestion, gestion. C'est pour cette raison que la Banque royale considère les activités antérieures de Téléfilm comme si encourageantes, parce que c'est un organisme qui a un réseau et qui connaît les intervenants, surtout ceux qui ont besoin de moins de un million de dollars. Il est passé maître dans l'art d'évaluer la capacité de gestion des intéressés à produire ce qui fera rentrer en définitive de l'argent des acheteurs canadiens ou étrangers, le cas échéant.

M. Cannis: Avez–vous eu beaucoup de cas de mauvais entrepreneurs qui vous ont contraint à intenter des poursuites à l'étranger pour récupérer vos pertes? Quel a été votre pourcentage de succès, si vous avez dû le faire?

M. Morrice: Les producteurs canadiens sont avantagés comparativement à leurs concurrents. C'est la «mentaille» du secteur du diverticiel qui est le moteur de l'autoroute électronique, et il y a une telle pénurie de produits dans le monde que c'est ce qui explique toute l'expansion de l'industrie du film.

C'est vraiment un marché de vendeurs. Les acheteurs sont forcés de payer. S'ils ne paient pas, ils verront leurs sources auprès des autres producteurs se tarir.

M. Coffey: Pensez par exemple à *E.N.G.*, qui a été financé par Téléfilm Canada; c'est une série qui a été exportée dans 48 pays. La demande de produits canadiens est très forte dans le monde entier.

M. Cannis: Ce sera ma dernière question, monsieur le président. Vous associerez–vous, et, dans le passé, vous êtes–vous associé avec d'autres institutions car la somme qu'on vous demandait dépassait vos plafonds?

M. Morrice: Je ne suis pas sûr d'avoir compris la question.

M. Cannis: Vous êtes–vous associé avec une autre institution prêteuse, disons, quand on vous a demandé d'avancer une somme qui vous a fait hésiter?

M. Morrice: L'automne dernier, on a réalisé un long métrage intitulé *Mesmer* qui mettait en vedette Alan Rickman et dont le producteur exécutif était David Bowie. Une banque allemande, la Berliner Bank, qui avait des bureaux à Londres, n'arrivait pas à comprendre le volet canadien de l'affaire. C'était une coproduction canado–germano–britannique. Nous sommes entrés dans la danse et nous avons appuyé le volet canadien, ce qui nous a ramené somme toute à cofinancer la production avec la banque allemande.

Pour les coproductions, nous finançons souvent le volet canadien, tandis qu'une banque étrangère finance. . . Normalement, la France est le plus gros partenaire dans l'industrie de la coproduction de films au Canada. Donc, oui, nous avons vécu des situations de ce genre.

M. Cannis: Il y a une distinction évidente entre les deux; fondamentalement, nous finançons le volet canadien, alors que les Allemands, ou les Français financent le leur.

[*Text*]

Mr. Morrice: That is correct. We will see over the next few months a situation where we have some larger borrowers borrowing amounts of $50 million to $75 million, where we may open syndications that we would lead and bring other banks in. That is clearly what goes on in the United States in this industry.

Mr. Cannis: Presumably it is not only from the bank's aspect, but you can expand your horizons as well by joint lenders on these projects. Thank you.

The Chairman: We've got about three minutes left. We have to take a five–minute break for Calgary, to sort ourselves out so we can join Calgary live.

Mr. Gallaway, do you have a quick question?

Mr. Gallaway: I understand under the proposed legislation that the financial institutions will be charging a 2% administration fee. Is that your understanding?

Mr. Coffey: No. Telefilm Canada will charge 2%, and 1.5% will be reserved for loan loss and the balance for administrative costs. That's my understanding. It's not the banks charging it.

Mr. Gallaway: Okay. Does the bank receive any of that?

Mr. Coffey: No.

Mr. Gallaway: Do you charge an administration fee at this point for applicants?

Mr. Coffey: We may, depending on the complexity of the deal, charge a fee.

Mr. Morrice: Under this program we are negotiating with Telefilm exactly what the structure will be.

In a typical loan financing by us we would charge a set–up fee. We do that because of the amount of work that is involved in distilling through the structure of the transaction.

Mr. Coffey: That's in return for the value–added we believe we bring to the applicant.

Mr. Gallaway: Of this 0.5% of the administration fee that Telefilm is apparently going to charge then, will the Royal Bank or any other lender receive anything?

Mr. Coffey: No.

• 2000

Mr. Morrice: No. We would likely charge a fee in addition to the 2% fee. The standards for the U.S. for this size loan would be a 3% fee plus prime plus 5%.

Mr. Gallaway: Do you know if this 2% will be an add–on. In other words, if you're going to apply for a half million dollars, whether another $10,000. . .? Is it like an MICC, say, if you're getting a house mortgage?

Mr. Morrice: We review the budgets of the production to ensure that there is sufficient room inside the production to cover both the interest costs and the fees, as well as legal fees and other charges to the production.

[*Translation*]

M. Morrice: C'est exact. Au cours des prochains mois, il faudra avancer des sommes de 50 à 75 millions de dollars à certains gros emprunteurs, nous organiserons peut–être des syndicalisations que nous pourrions diriger, en invitant d'autres banques à y participer. C'est clairement ce qu'on fait aux États–Unis pour prêter à l'industrie du film.

M. Cannis: Ce n'est sans doute pas seulement du point de vue de la banque, mais vous pouvez élargir vos horizons vous aussi en joignant vos efforts pour prêter à ces projets. Merci.

Le président: Il nous reste à peu près trois minutes. Nous allons devoir faire une pause de cinq minutes pour entrer en liaison avec Calgary, le temps de nous retrouver pour communiquer en direct.

Monsieur Gallaway, avez–vous une brève question?

M. Gallaway: si je comprends bien, le projet de loi prévoit que les institutions financières percevront des frais d'administration de 2 p. 100. C'est bien comme cela que vous le comprenez vous–même?

M. Coffey: Non. Téléfilm Canada va percevoir 2 p. 100, avec 1,5 p. 100 mis de côté pour couvrir les pertes sur prêts et le reste pour les frais administratifs. C'est mon interprétation. Ce ne sont pas les banques qui perçoivent ces frais.

M. Gallaway: Très bien. Les banques touchent–elles une partie quelconque des frais?

M. Coffey: Non.

M. Gallaway: Facturez–vous des frais d'administration à ceux qui demandent un prêt?

M. Coffey: Il peut arriver que nous en facturions, et cela dépend de la complexité du marché.

M. Morrice: Dans le cadre du programme, nous négocions avec Téléfilm les modalités de la structure qui sera mise en place.

Quand nous consentons un prêt, nous facturons normalement des frais d'administration, en raison du travail nécessaire pour établir toute la structure de l'opération.

M. Coffey: Ces frais sont en retour de la valeur ajoutée que nous apportons à celui qui demande un prêt, à notre avis.

M. Gallaway: La Banque royale ou une institution prêteuse touchera–t–elle une partie quelconque de ces 0,5 p. 100 des frais d'administration que Téléfilm pourrait facturer?

M. Coffey: Non.

M. Morrice: Non. Nous facturerions vraisemblablement des frais en sus des 2 p. 100. Aux États–Unis, la norme serait de facturer pour un prêt de cette importance des frais de 3 p. 100, plus le taux préférentiel, plus 5 p. 100.

M. Gallaway: Savez–vous si les 2 p. 100 seront ajoutés? En d'autres termes, si quelqu'un demande un prêt d'un demi million de dollars, y ajoutera–t–on 10 000$. . .? Est–ce comme la CAHC, mettons, dans le cas d'un hypothèque?

M. Morrice: Nous analysons les budget de production pour vérifier s'il y a une marge de manoeuvre suffisante pour couvrir à la fois les intérêts et les frais, aussi bien que les frais juridiques et les autres frais de la production.

[*Texte*]

In the example I gave, we have the three different types of costs in production: the above-the-line, which is really the knowledge-based portion of the industry, which is for the writers, the directors, the stars, and the producers; the production budget, which is the biggest part—those are the guys hanging the lights, the crews, the hotels, and the travel; that is in the production part of the budget and that is where we will look for the interest and other charges to be. The post-production is clearly the technical, sound-developing and picture-developing part of the production.

Mr. Coffey: Incidentally, Mr. Gallaway, in addition to this of course there's a multiplier effect, as these crews spend money in Canada and it goes down through the economy. It's a very substantial leverage factor.

Mr. Gallaway: I have one very short question for you in your roles as members of the Canadian Bankers Association. We are told that the 1990s will be the age of information. We're also led to believe, by banks, that Canadian banks are leading, cutting-edge people in terms of banking. Why is it that Canadian banks are apparently backward in terms of intellectural property? It's not really a new idea in this world.

Mr. Coffey: Well, I had the great pleasure of appearing before the David Berger committee on May 3, and I talked to that issue. Financing intellectual property has been a challenge for us. It's something we can't yet grab a hold of, but we're getting help. In the case of the Royal Bank, we're using advisory councils, in Saskatoon, in western Canada. In the ag-biotech sector, we are using the likes of George Ivany, president of the University of Saskatchewan, and Jim Hutch, the president of the Saskatchewan Research Council, as well as others across the country, to help us understand exactly what we're dealing with.

Again, as I mentioned before, management, management, management, and is there a market for the idea that management produces?

So I think, as banks in this country, we are making great strides in coming to grips with financing intellectual property. At the same time, there's a major role for government to play in programs such as the one we are recommending you support.

The Chairman: Pushed of course, it must be said, by last year's Royal Bank Fellow, Dr. Fraser Mustard, at the Canadian Institute for Advanced Research. I had to get that in.

Thank you very much, Mr. Coffey and Mr. Morrice. I enjoyed that very much.

I think we have to take a five-minute technical break. Please don't go anywhere; otherwise I'll lose quorum, folks. So we're going to allow the technical people to do their thing.

[*Traduction*]

Dans l'exemple que j'ai donné, il y a trois types de frais de production: ceux qui la précèdent, et qui correspondent au volet des connaissances de l'industrie cinématographique, c'est-à-dire le cachet des scénaristes, du metteur en scène, des vedettes et des producteurs; le budget de production proprement dit, qui est la partie la plus importante du total, c'est-à-dire l'argent nécessaire pour payer les machinistes, les équipes, les hôtels et les frais de déplacement; c'est le volet de la production proprement dite, et c'est là que nous chercherons de quoi couvrir les intérêts et les autres frais. Le budget de post-production est manifestement le volet technique de sonorisation et de développement de l'image.

M. Coffey: Soit dit en passant, monsieur Gallaway, à tout cela s'ajoute bien entendu un effet multiplicateur, étant donné que les équipes de tournage dépensent de l'argent au Canada et que cet argent filtre dans l'économie. C'est un facteur spéculatif très important.

M. Gallaway: J'ai une question très courte à vous poser en votre qualité de membre de l'Association des banquiers canadiens. On nous a dit que les années 1990 seraient l'ère de l'électronique. Les banques canadiennes nous ont aussi incités à croire qu'elles étaient à la fine pointe des opérations bancaires. Alors, pourquoi traînent-elles à l'arrière, semble-t-il, dans le domaine de la propriété intellectuelle? Ce n'est vraiment pas une idée nouvelle.

M. Coffey: Eh bien, j'ai eu le grand plaisir de comparaître le 3 mai devant le Comité de David Berger, et j'ai parlé de cette question. Le financement de la propriété intellectuelle est un défi pour nous. Nous ne maîtrisons pas encore le sujet, mais nous demandons de l'aide pour y arriver. Dans le cas de la Banque Royale, nous faisons appel à des conseils consultatifs, à Saskatoon, dans l'Ouest du Canada. Dans le secteur agro-biotechnologique, nous bénéficions de l'aide de gens comme George Ivany, président de l'Université de la Saskatchewan, et Jim Hutch, président du Conseil de recherches de la Saskatchewan, ainsi que d'autres gens de ce calibre dans tout le pays, pour nous aider à comprendre exactement de quoi il s'agit.

Je le répète, il faut de la gestion, de la gestion et encore de la gestion, et savoir s'il y a un marché pour l'idée que cette gestion produit.

J'estime que les banques canadiennes font de grands progrès pour arriver à maîtriser le financement de la propriété intellectuelle. Cela dit, le gouvernement a un rôle majeur à jouer dans des programmes comme celui que nous vous recommandons d'appuyer.

Le président: Avec l'aide, il faut bien le dire, de l'associé de l'an dernier et de la Banque Royale, M. Fraser Mustard, de l'Institut canadien des recherches avancées. Il fallait que je le dise.

Merci beaucoup, monsieur Coffey et M. Morrice. J'ai bien apprécié votre contribution.

Je pense que nous allons devoir faire une pause technique de cinq minutes. Ne partez pas, je vous en prie, parce que je n'aurais plus quorum, mes amis. Nous allons laisser les techniciens faire leur travail.

[*Text*] [*Translation*]

• 2016

The Chairman: I am delighted to welcome from Calgary, Kevin DeWalt, chairman of the board, and Sandra Macdonald, president, of the Canadian Film and Television Production Association.

You know what we're here for. We're here to review this bill to help Telefilm with interim financing, and we would be very appreciative to hear your comments and then ask questions of you.

Mr. Kevin DeWalt (Chairman of the Board, Canadian Film and Television Production Association): First, I would like to give a quick overview of the CFTPA to let you know that we represent over 300 production companies from across Canada. We're a national organization with members from all regions of the country and every province.

We represent the majority of the professionals that produce Canadian television programming and feature film programming in English. Our members produce somewhere in the neighbourhood of $500 million to $600 million worth of production a year in Canada.

I, myself, am a producer with a company called Minds Eye Pictures, which operates out of Regina, Saskatchewan. One of the problems that we, as independent producers, have in financing motion pictures and television programs is in the whole area of interim financing sales, what we call pre–sales.

I would like to give you an example. If I could use myself as an example, it might be a good representation of the issue at hand, not being in a centre where corporate banks are headquartered.

In 1989 I produced my first drama. I had a broadcaster who gave me what they call a licence to purchase the rights to air this particular program in Canada. But the way it works is that licence is normally paid on delivery. That would be comparable to, say, a pre–sale in the United States, France, or Spain.

When you sell a program as a producer, you get a contract but you don't get the cash for that program until you deliver. So what we have to do as business people is go out and find interim financing.

In the case of that very first project, I went to every single financial institution in my city and was turned down flatly, partly because of the banks not understanding our industry and partly because of my not having at the time the corporate base that they felt was enough security to interim finance that particular deal.

Now, over the course of the last few years the Royal Bank has become quite involved in my company and has been able to interim finance several of my deals. But there are several production companies across this country who, fortunately or unfortunately, are not at the level, from a credibility standpoint, to access that kind of financial support. Certainly on a foreign pre–sale it's almost impossible to get that kind of financing.

Le président: Je suis ravi de souhaiter la bienvenue à Kevin DeWalt, président du Conseil et à Sandra Macdonald, présidente de l'Association canadienne de production de film et télévision, qui sont à Calgary.

Vous savez pourquoi nous sommes ici. C'est pour étudier ce projet de loi, qui a pour objet d'aider Téléfilm à assurer le financement provisoire des productions canadiennes et nous sommes impatients d'entendre vos observations et puis de vous poser des questions.

M. Kevin DeWalt (Président du Conseil, Association canadienne de production de film et télévision): Je vais d'abord vous donner brièvement un aperçu de notre Association, pour que vous sachiez qu'elle représente plus de 300 compagnies de production dans tout le Canada. Nous sommes une organisation nationale et nous avons des membres dans toutes les régions du pays et dans chacune des provinces.

Nous représentons la pluplart des professionnels qui produisent des émissions de télévision et des longs métrages canadiens en anglais. Nos membres produisent des émissions et des films d'une valeur totale d'environ 500 millions à 600 millions de dollars par année au Canada.

Je suis moi–même producteur pour une compagnie qui s'appelle Mind's Eye Pictures, basée à Régina en Sasketchewan. À titre de producteur indépendant, nous avons des difficultés à financer nos films et nos émissions de télévision en ce qui concerne tout l'aspect du financement provisoire de nos ventes, c'est–à–dire les ventes à l'avance, que nous appelons les pré–ventes.

Je vais vous donner un exemple. Mon propre cas pourrait être un bon exemple du problème, car je ne travaille pas dans une localité qui abrite des sièges sociaux de banques à charte.

J'ai produit en 1989 ma première dramatique. Un radiodiffuseur m'avait acheté ce qu'on appelle une licence pour avoir les droits de diffuser cette émission–là au Canada. Le problème, c'est que la licence est normalement payée sur livraison du produit. Cette situation–là est comparable à celle d'une pré–vente aux États–Unis, en France ou en Espagne, disons.

Quand un producteur vend une émission, il a un contrat, mais il n'est pas payé pour son émission avant de l'avoir livrée à l'acheteur. Il doit donc trouver un financement provisoire.

Dans le cas de mon tout premier projet, je me suis adressé à toutes les institutions financières de ma ville et elles ont toutes carrément rejeté ma demande, d'une part parce que les banques ne comprennent pas notre industrie, et d'autre part parce que je n'avais pas à ce moment–là une entreprise assez solide pour leur offrir ce qu'elles considéraient comme des garanties suffisantes pour le financement provisoire de cette affaire–là.

Ces dernières années la Banque Royale a été souvent en rapport avec mon entreprise et elle a assuré le financement provisoire de plusieurs de mes productions. Néanmoins, il reste encore au Canada bien des compagnies de production qui, heureusement ou malheureusement, ne sont pas encore rendues à mon niveau et qui n'ont pas encore la crédibilité nécessaire pour avoir accès à ce genre d'aide financière. Pour une pré–vente à l'étranger, il est virtuellement impossible d'obtenir ce genre de financement, c'est certain.

[*Texte*] [*Traduction*]

• 2020

We feel as an association this change in the bill is crucial to our industry to continue to grow. We hope you also recognize the importance of this to the independent producer and independent production companies that do most of the Canadian content programming on your TV screens at home.

Notre Association est d'avis que cet amendement du projet de loi est vital pour que notre industrie continue à prospérer. Nous espérons que vous reconnaîtrez vous aussi l'importance de cet amendement pour le producteur indépendant et pour les entreprises de production indépendantes qui réalisent la plupart des émissions canadiennes que vous regardez à la télévision.

One other issue important to our association is now in this country programming is produced right across the country. It's not just in Toronto, Montreal and Vancouver, but as well in all the regions. Many industries within provincial boundaries are now flourishing and creating economic employment.

Par ailleurs, il est important aussi pour notre Association que l'on produise maintenant des émissions d'un bout à l'autre du pays, pas seulement à Toronto, à Montréal et à Vancouver, mais bien dans toutes les régions. De nombreuses entreprises ont des activités sur le territoire de leurs provinces seulement, elles prospèrent et créent des emplois.

Because we don't have head offices of banking institutions in the regions now, an alternative source of interim financing is even more crucial, in my opinion, representing my board. Our members, I think, would certainly back that statement.

Comme il n'y a pas de sièges sociaux d'institutions bancaires dans les régions pour le moment, une autre source de financement provisoire est encore plus importante pour nous, à mon avis, et je parle au nom de mon conseil. Je pense que nos membres souscriraient certainement à ce que je viens de dire.

That's just a quick overview of our position. What I'd like to do is pass over to Sandra and have her describe in a little bit more detail some other issues we'd like to present.

Je vous ai juste donné un bref aperçu de notre position. Je vais maintenant céder la parole à Sandra, pour qu'elle vous donne des précisions sur d'autres questions dont nous aimerions parler.

Ms Sandra Macdonald (President, Canadian Film and Television Production Association): I'd like to focus just for a few minutes on our involvement with this particular policy initiative on the part of Telefilm Canada.

Mme Sandra Macdonald (présidente, Association canadienne de production de film et télévision): Je vais consacrer quelques minutes à notre participation à cette initiative de Téléfilm Canada sur le plan des politiques.

The CFTPA is involved on a routine basis with the evolution of policies at Telefilm. We meet formally with Telefilm at least twice a year in the development of their action plan and we regard our relationship with the institution as a very cooperative one. They don't proceed with policies the industry does not believe are important to it and does not believe will work.

L'Association participe régulièrement à l'évolution des politiques de Téléfilm. Nous avons des entretiens officiels avec la direction de Téléfilm au moins deux fois par an, pour l'aider à élaborer son plan d'action, et, apparemment, nous avons avec cet organisme des rapports inspirés d'un bel esprit de collaboration. Téléfilm ne poursuit pas de politiques que l'industrie ne considère pas comme importantes pour elle et qu'elle ne croit pas viables.

In the particular case of this program, this was a need identified by our members many years ago. There have been small improvements made in the degree to which commercial lending institutions will get involved with the financing of production, via the route of recognizing the validity of sales contracts and advancing money on the strength of them. But in fact there's still a long way to go before there are many financial institutions in this country that have a sufficient degree of expertise to do that with any degree of comfort.

Dans le cas du programme qui nous occupe, nos membres avaient reconnu l'existence d'un besoin il y a des années. Les institutions prêteuses commerciales se sont un peu améliorées quant à leur degré de participation de financement de nos productions, étant donné qu'elles reconnaissent la validité de nos contrats de vente et qu'elles nous avancent de l'argent en conséquence. Toutefois, il y a encore beaucoup de chemin à faire avant que la plupart des institutions financières canadiennes sachent suffisamment quoi faire pour se sentir à l'aise quand elles nous prêtent de l'argent.

Once we had established it as a need, we then looked around for a mechanism we felt might be practical and would help us fill that need. We looked to Telefilm and said you've been in the business now with us for twenty years, seeing every contract that comes through on a project you're involved in. You know all of the reliable sources of both domestic and foreign financing. You know who is not reliable. Surely we could take advantage of the expertise you have by inviting the banks to rely on your expertise and, on the strength of your expertise, advance the money on what you regard as good, solid contracts.

Une fois que nous avons défini ce besoin, nous avons cherché un mécanisme susceptible d'être pratique et de nous aider à y répondre. Nous sommes allés chez Téléfilm, et nous avons dit à ses dirigeants qu'ils faisaient des affaires avec nous depuis 20 ans, et qu'ils avaient vu respecter tous les contrats pour les projets auxquels ils avaient participé. Nous leur avons dit qu'ils connaissaient toutes les sources fiables de financement, tant au Canada qu'à l'étranger. Nous leur avons dit qu'ils savaient lesquelles n'étaient pas fiables, et que nous pouvions sûrement tirer parti de leur expérience en invitant les banques à s'y fier, et, par conséquent, à nous avancer l'argent nécessaire pour nous permettre de respecter ce qu'ils considéraient comme de bons contrats solides.

[*Text*]

It was an approach that came from a need in the industry. It was built on a strength that exists in Telefilm resulting from twenty years of involvement with our projects, and also on the strength of Telefilm's contacts abroad with institutions in other countries that do similar things for producers in those countries.

We felt a win–win situation was possible by the use of quite a simple mechanism. It's not novel; it exists in other areas in banking in Canada and for production in other countries, this mechanism of guaranteeing the contracts producers get for selling their works. We felt we would be able to bring a considerable amount of money into the production end, where it's really needed up front, and that this could be done without there being an actual cost to the Government of Canada.

• 2025

We supported this initiative all the way through its development and of course we support the passage of the bill that will permit it to become a reality.

The Chairman: Thank you very much. I think so far so good. We're still afloat here. If we become unplugged, I gather in some senses that's often a good thing to be, but not in this.

We might pass immediately to Ms Brown, who comes from Calgary. I don't know why she's here and you're there, but such is life.

Mrs. Brown: Thank you, Mr. Chairman. It's great to be here. This is a real first for me and it's very exciting. Thank you for joining us. I have to just ask if it's warm out there.

Mr. DeWalt: Actually it's quite nice. There's a little bit of blue sky and I think it's probably about 17 or 18 degrees here today.

Mrs. Brown: All right. That's a little bit of home. Thank you.

I'm going to direct my question to Sandra. I would like you to comment on this, Sandra, because it conflicts a little bit in terms of what you were talking about.

We had a briefing here in Ottawa prior to the bill being put forward. The director of film, video, sound recording policies and programs for Telefilm Canada made a rather astounding comment, and I quote:

> We hope that within a reasonable amount of time that we could get rid of Telefilm.

I don't really understand why that comment was made, given that Telefilm Canada, in everything we've heard tonight, has been a supportive structure that's going to be advising, involved in analysis with the banks, in terms of the viability of production, and actually is looking at building, ultimately through this program, a stronger industry.

I'd like you to comment on that particular quote, because it does present some difficulty to me insofar as the long–term sustainability and viability of Telefilm Canada are concerned, especially in terms of this initiative.

Ms Macdonald: I was not of course party to the discussion and I'm not sure what the context was, but my reaction would be that he was saying that one of the most positive results from the loan guarantee program specifically would be that the banks

[*Translation*]

Cette approche nous a été dictée par un besoin de notre industrie. Elle nous a été inspirée par l'un des atouts dont Téléfilm dispose grâce à ses 20 ans de participation à nos projets, ainsi qu'à la valeur des contacts de Téléfilm avec les institutions des autres pays qui offrent des services analogues à leurs producteurs locaux.

Nous avons conclu qu'il était possible de créer un mécanisme grâce auquel tout le monde sortirait gagnant de sa participation. Ce mécanisme n'est pas nouveau; il existe dans d'autres domaines bancaires au Canada de même que dans le domaine de la production dans d'autres pays. Il suffit de garantir les contrats que les producteurs obtiennent pour vendre leurs réalisations. Nous étions d'avis qu'il serait possible d'investir beaucoup d'argent dans la production, où l'on en a vraiment besoin, et cela sans qu'il en coûte quoi que ce soit au gouvernement du Canada.

Nous avons appuyé cette initiative depuis le tout début et, bien entendu, nous appuyons l'adoption du projet de loi qui permettra de la concrétiser.

Le président: Je vous remercie. Jusqu'ici, ça va. Nous sommes encore branchés. Dans certains cas, se débrancher est peut–être une bonne chose, mais pas dans celui–ci.

Allons tout de suite à M^me^ Brown, qui vient de Calgary. Je ne sais pas pourquoi elle est ici et vous autres là–bas, mais c'est la vie.

Mme Brown: Je vous remercie, monsieur le président. Je suis ravie d'être ici. C'est vraiment une première pour moi et je trouve l'expérience fascinante. Je vous remercie de vous joindre à nous. Je ne peux m'empêcher de vous demander s'il fait chaud là–bas.

M. DeWalt: Il faut assez beau. Il y a un peu de bleu dans le ciel et il doit faire 17 ou 18 degrés.

Mme Brown: Bien. J'ai un peu l'impression d'être chez moi. Merci.

Ma question s'adresse à Sandra. Je tiens à avoir votre avis, Sandra, parce que j'ai ici quelque chose qui contredit ce que vous disiez.

Avant le dépôt du projet de loi, nous avons eu une séance d'information ici, à Ottawa. Le directeur des Politiques et programmes du film, de la vidéo et de l'enregistrement de Téléfilm Canada a dit une chose pour le moins surprenante. Je cite:

> Nous espérons que dans un délai raisonnable nous pourrons éliminer Téléfilm.

Je ne comprends vraiment pas pourquoi on a dit cela, puisque d'après tout ce que nous avons entendu ce soir, Téléfilm Canada est une structure de soutien qui doit donner des conseils sur la viabilité d'une production, participer à l'analyse du projet avec les banques, et, grâce à ce programme, solidifier la position de l'industrie.

Je voudrais avoir votre avis sur ce commentaire, car de mon point de vue il met en péril la viabilité à long terme de Téléfilm Canada, surtout du point de vue de cette initiative–ci.

Mme Macdonald: Je n'ai pas participé à l'entretien, et par conséquent je ne sais pas dans quel contexte ce commentaire a été fait, mais à première vue, il doit avoir voulu dire qu'un des résultats positifs du programme de garantie des emprunts sera

[*Texte*]

would, over time, develop enough expertise to determine for themselves, without having to rely on Telefilm Canada's expertise, whether for example a contract to license a program to Canal Plus in France was a reliable contract. My sense is that was what was meant.

Certainly we would like to see the banks build up a body of expertise that would permit them to make those evaluations on their own. We do need, for the long–term health and growth of our industry, to have well–informed bankers. There is going to be an education process. If it's a good successful education process, at the end of it the bankers will rely more on their own judgment and less on Telefilm Canada's.

Mrs. Brown: Thank you. That's the only question I wanted to ask.

The Chairman: Thank you. Are there other questions for our Calgary–based witnesses? Yes, Mr. Culbert.

Mr. Culbert: Thank you, Mr. Chairman. I just wanted to touch on a couple of points.

Kevin mentioned the experience that he had a few years ago and the onset of trying to obtain interim financing prior to the Royal Bank coming on board, I believe he mentioned. I wanted to follow up with that aspect.

From his knowledge, are there other banks, other financial institutions, that are now coming on board in support of the industry, and what does he see in that line of banking industry, financial industry support for the film industry for the future?

Mr. DeWalt: In my experience I don't know of other banks, other than the Royal Bank, that are presently financing what we call in our industry bankable paper.

Certainly there are many producers in the position that I was in several years ago who are in that position today and who may bank with Scotiabank or the TD. Even if they bank at that institution and they have their assets, they will still not bank paper. The biggest reason is that they don't understand the process; they don't understand what bankable paper is.

For that matter, they don't even know who Telefilm Canada is. So you can imagine somebody who's the vice–president of a corporate banking institution, has been doing that for 35 years, and a film–maker walks in and says they'd like them to bank their paper. It creates difficulties.

• 2030

I think the Royal Bank had some insight several years ago in terms of information companies and this particular field. It taught itself and brought people in who understood the industry. It has now set up a network we can go to for banking right across the country.

Unfortunately, if you don't bank with the Royal Bank—and a lot of people don't—it's difficult if you have your assets with one bank, to go to the competitor to bank your picture. You have to move your entire company over and probably your mortgage and your partner's mortgage. That can create a problem.

[*Traduction*]

qu'avec le temps les banques auront suffisamment d'expérience pour décider d'elles–mêmes, sans faire appel à l'expertise de Téléfilm Canada, si un contrat de licence avec Canal Plus, en France, par exemple, est un bon contrat. Je pense que c'est cela qu'il a voulu dire.

Nous souhaitons certainement que les banques acquièrent une certaine expérience qui leur permettrait de faire ces évaluations elles–mêmes. Pour assurer la croissance et la viabilité à long terme de notre industrie, il est important que les banques soient bien informées. Il faudra les instruire. Si nous y parvenons, les banquiers pourront davantage se fier à leur propre jugement et ils dépendront moins de Téléfilm Canada.

Mme Brown: Je vous remercie. C'était ma seule question.

Le président: Merci. Y a–t–il d'autres questions à l'intention de nos témoins à Calgary? Oui, monsieur Culbert.

M. Culbert: Je vous remercie, monsieur le président. Je voulais simplement soulever une ou deux choses.

Kevin a raconté ce qui lui était arrivé il y a quelques années lorsqu'il a essayé d'obtenir un financement provisoire avant l'arrivée en scène de la Banque royale, si je ne m'abuse. Je vais donc revenir là–dessus.

À sa connaissances, y a–t–il d'autres banques, d'autres institutions financières, qui s'intéressent à l'industrie, et comment voit–il les perspectives pour l'avenir du point de vue du soutien des institutions financières à l'industrie cinématographique?

M. DeWalt: À ma connaissance, à part la Banque royale, aucune banque ne finance actuellement ce que nous appelons les effets intangibles.

Il y a certainement aujourd'hui beaucoup de producteurs dans la position où je me trouvais il y a quelques années et qui sont clients de la Scotia Bank ou de la Toronto–Dominion. Même s'ils sont clients auprès de ces banques et qu'ils ont des biens, celles–ci n'accepteront pas de financer des intangibles. C'est principalement parce qu'elles ne comprennent pas le processus, elles ne comprennent pas de quoi il s'agit.

De fait, elles ne savent même pas ce qu'est Téléfilm Canada. Vous pouvez donc imaginer un vice–président de banque, qui est dans le métier depuis 35 ans, et qui voit arriver un cinéaste qui lui demande de financer un projet sur papier. Cela pose des problèmes.

La Banque royale a été prévoyante, il y a quelques années, en ce qui concerne les compagnies d'information et la production cinématographique. Elle a embauché des gens qui connaissaient le milieu et s'est informée. Elle a maintenant créé un réseau auquel nous pouvons nous adresser n'importe où dans le pays.

Malheureusement, si vous ne faites pas affaire avec la Banque royale—et c'est le cas de beaucoup de gens, il est difficile, quand on a tous ses biens dans une banque, d'aller demander à un concurrent de financer votre film. Il faut tout transférer, les bien de la compagnie, et probablement aussi votre hypothèque et celle de votre partenaire. Cela peut poser des problèmes.

[*Text*]

In answer to your question, I think there's a fair amount of difficulty with other institutions at this point.

Ms Macdonald: The Royal Bank has been the pioneer bank for our industry and practically the only bank that really made an effort to understand production financing for the last ten years. But there is a greatly accelerated interest in our industry on the part of other banks, as well as brokerages, venture capital companies and so forth. We have noticed a quite remarkable growth in their efforts to educate themselves. We hope this means there will be more choice for producers in the future as to where they can go for their production financing.

Mr. Culbert: We all know this is a multi–billion dollar industry for our neighbours to the south. We would be well advised to look at our share of that industry here in Canada and what we can do for ourselves to promote an industry that could be second to none in the world.

In order to do that we need financing available to us and to new production companies coming into being.

How do you see us promoting or making the financial institutions aware of this whole problem area? Quite obviously they see an opportunity with a fair amount of low–risk losses. From past experiences you would think they would be very keen to jump on the wagon, so to speak, and become part and parcel of it. I guess we have to look at how we promote that.

Mr. DeWalt: It would be a good idea for a bank that's never done a deal with the film industry to become involved in a deal with a low risk, go through the process and see the assurances at the end of it. It could talk to provincial film corporations across the country.

I'm from Saskatchewan, so I'll use the SaskFILM model as an example. It's a very small film corporation and is a government arm. It does small interim financing for some documentaries and small projects in Saskatchewan and has a 100% payback rate.

The risk is very calculated in this business. Ultimately, it's the due diligence that's done on the paper. Sandra mentioned the foreign broadcaster, Canal Plus, which is the largest broadcaster in France and would be comparable to our CBC in Canada. It will not renege on a contract, and it's a world leader. It will not go against its reputation in terms of doing that, so there are calculated financial risks.

I think this program that's being put forward will allow all banks, and not just the Royal Bank, to jump into the game. It will convince the powers that be within the banking system, the vice–presidents and the presidents who control the risk capital side, to invest in the industry. After a couple of positive experiences the third, fourth, or fifth time around, maybe they won't need the guarantee and will invest directly themselves.

I think this program will educate those institutions that are nervous about taking a chance on this. That's why we're very eager and certainly supportive of the initiative.

Mr. Culbert: Thank you very much. We certainly want to build that aspect of our economy and the jobs that go with it here in Canada. I thank you for your answers.

[*Translation*]

Pour répondre à votre question, je crois que les autres institutions financières ont encore des problèmes pour le moment.

Mme Macdonald: La Banque royale a fait oeuvre de pionnier dans notre secteur et c'est pratiquement la seule qui se soit donnée la peine, au cours des dix dernières années, de comprendre le financement de productions cinématographiques. Mais notre industrie commence de plus en plus à intéresser d'autres banques, ainsi que des maisons de courtage, des sociétés d'investissement en capital de risque, et autres établissements financiers. Nous avons pu constater qu'ils font des efforts remarquables pour s'instruire. Nous espérons qu'ainsi, à l'avenir, les producteurs auront le choix entre un plus grand nombre d'institutions à qui demander le financement de leurs projets.

M. Culbert: Nous savons que chez nos voisins du sud, cette industrie représente des milliards de dollars. Il serait bon que nous essayons d'obtenir notre part de cette activité ici, au Canada, et de voir ce que nous pouvons faire pour encourager un secteur qui pourrait bien ne pas avoir d'égal au monde.

Pour cela, il faut que les nouvelles compagnies de production puissent trouver des fonds.

Selon vous, comment pourrions–nous encourager les institutions financières en ce sens ou leur expliquer ce secteur? De toute évidence, il y a là une possibilité d'investir dans un domaine à faibles risques. Les expériences faites jusqu'ici devraient les inciter à se lancer. Il faut voir comment nous pouvons les y encourager.

M. DeWalt: Pour une banque qui n'a jamais fait affaire dans le secteur cinématographique, il serait bon de commencer par un contrat à faibles risques, pour voir comment se déroulent les choses et obtenir un résultat positif. La banque pourrait s'adresser aux différentes sociétés cinématographiques provinciales.

Puisque je viens de la Saskatchewan, je vais vous donner en exemple le modèle de SaskFilm. C'est une toute petite société cinématographique qui relève du gouvernement. Elle fournit un financement provisoire modeste pour des documentaires et des petits projets réalisés en Saskatchewan, et son taux de recouvrement est parfait.

Dans ce secteur, le risque est minime. Toutes les précautions sont prises. Sandra a mentionné le diffuseur étranger, Canal Plus, qui est le plus grand télédiffuseur de France, que l'on pourrait comparer à Radio–Canada. Canal Plus est un leader mondial qui ne risquera pas sa réputation en résiliant un contrat; les risques financiers sont donc mesurés.

Ce programme que l'on propose permettra aux banques, et pas seulement à la Banque royale, d'entrer dans la partie. Il convaincra les dirigeants, vice–présidents et présidents qui contrôlent les capitaux de risques, d'investir dans l'industrie cinématographique. Après quelques expériences positives, la troisième, quatrième ou cinquième fois, ils n'auront plus besoin de garanties et investiront directement.

Ce programme permettra de rassurer les institutions financières qui hésitent à prendre ce genre de risques. C'est pourquoi nous l'appuyons sans réserve.

M. Culbert: Je vous remercie. Nous voulons certainement encourager ce secteur de l'économie qui peut créer des emplois au Canada. Je vous remercie de vos réponses.

[*Texte*]

Thank you, Mr. Chairman.

• 2035

The Chairman: Thank you. Unless there are other burning questions from any other member, I think we might thank you very much for your intervention. I gather you're in the middle of a conference right now, which is why you can't be here. This experiment, primitive as it is, is bringing this committee into perhaps the 20th century; I'm not sure.

We've enjoyed the experience with you and wish you luck with your conference. Thank you for joining us and thank goodness we've made it so far. We'll bid you a good evening or a good afternoon, as the case may be.

Mr. DeWalt: Thank you.

The Chairman: We will now move to the next item on the agenda, which is clause–by–clause consideration. I think that means the other folks can hide themselves home. I thank them again for coming. We appreciate it. It was very interesting and very useful.

Now, we have clause–by–clause consideration and you have Bill C–31 in front of you. Has everybody got what they need?

On clause 1

The Chairman: We're dealing with the proposed subsection 10.(1.1), which is quite short. It simply indicates the barred passage, as follows:

(1.1) The Corporation may, in accordance with terms and conditions approved by the Treasury Board and the Minister of Finance, guarantee loans for the production and distribution of films.

Clause 1 agreed to

On clause 2

The Chairman: Clause 2 adds the underlined words, ''and subsection 10.(1.1)'' and adds paragraph (c), which states ''fees charged by the Corporation in respect of loan guarantees provided under subsection 10.(1.1).'' That's what we're voting on.

Clause 2 agreed to

The Chairman: Do you want to speak to the amendment for a new clause 3?

Mrs. Brown: Yes, I do. I understand there may be some difficulty in accepting this particular amendment, which provides for a sunset clause in the bill. The reason for that is really, I think, to protect not only those parties that will be utilizing this, but also the government, both now and in the future.

Certainly, having heard what I did from the witnesses tonight, especially with reference to my last question, if we're looking at some unknowns out there with respect to the life of Telefilm or whatever, I just think it's an opportunity for us to provide for a formal evaluation that's right in the bill itself in order to determine its success or lack thereof over the long term.

By providing for three years you permit yourself two full sets of loans—in terms of history—over that three–year period. I also understand that in proposed subsection (1.1) the terms and conditions also provide for some kind of informal review

[*Traduction*]

Merci, monsieur le président.

Le président: Merci. À moins que d'autres députés n'aient des questions pressantes, je vous remercie de votre intervention. Sauf erreur, vous participez actuellement à une conférence, et c'est la raison pour laquelle vous ne pouviez être ici. Cette expérience, aussi primitive soit–elle, amène notre comité au XX^{e} siècle, peut–être.

Encore une fois, nous vous remercions de votre participation et nous vous souhaitons beaucoup de succès dans votre conférence. Nous sommes contents d'être arrivés jusqu'ici. Nous vous souhaitons une bonne soirée, ou un bon après–midi.

M. DeWalt: Merci.

Le président: Nous passons maintenant au point suivant à l'ordre du jour, c'est–à–dire à l'étude article par article. Les autres témoins présents peuvent donc s'en aller. Je les remercie encore une fois d'être venus. La discussion a été intéressante et fort utile.

Nous passons maintenant à l'examen article par article. Vous avez le projet de loi C–31 sous les yeux. Avez–vous tout ce qu'il vous faut?

Article 1

Le président: Il s'agit du paragraphe 10(1.1), qui est très bref. Le passage en question se lit comme suit:

(1.1) Elle peut, en outre, garantir, aux conditions agréées par le Conseil du Trésor et le ministre des Finances, des prêts accordés pour des activités de production et de distribution de films.

L'article 1 est adopté

Article 2

Le président: L'article 2 propose d'ajouter les mots soulignés «ainsi que du paragraphe 10(1.1)» et ajoute un alinéa c), «soit des prêts imposés par elle pour garantir des prêts au titre du paragraphe 10(1.1)». C'est sur cela que nous allons voter.

L'article 2 est adopté

Le président: Voulez–vos présenter la motion pour un nouvel article 3?

Mme Brown: Oui. Je sais qu'il sera peut–être difficile de faire accepter cet amendement, qui prévoit une disposition de temporisation. Il s'agit principalement de protéger les parties concernées, mais aussi le gouvernement, maintenant et à l'avenir.

Après avoir entendu ce qu'ont dit les témoins ce soir, surtout en réponse à ma dernière question, s'il doit y avoir de l'incertitude quant à l'existence de Téléfilm, par exemple, nous avons ici la possibilité de prévoir, dans la loi même, une évaluation officielle afin de déterminer si le programme est un succès ou un échec à long terme.

En prévoyant un délai de trois ans, on se donne deux cycles de prêts complets sur cette période. Je crois comprendre également que dans le paragraphe (1.1) les conditions agréées comprennent une procédure de révision informelle. Il s'agit en

[*Text*]

process. But this is really to formalize an evaluation of the program. It really is not unusual. In my past experience in business this really did protect the actual users of the legislation. It was found to be a very good thing.

[*Translation*]

fait ici de prévoir officiellement une évaluation du programme. Cela n'a rien d'extraordinaire. D'après mon expérience dans les affaires, c'est utile pour protéger les utilisateurs. C'est une excellente chose.

• 2040

Following that, proposed subsection 3(2) says:

> The committee referred to in subsection (1) shall, within three months after the review is undertaken or within such further time as the House of Commons may authorize, submit a report on the review to the House including a statement of any changes the committee recommends.

This formalizes the process, in my view, and adds strength to the bill.

Ms Guarnieri (Mississauga East): It is our view that a sunset clause is not needed, though we appreciate the insights given by the member, since the program will be evaluated in full after two full years of operation. On the basis of these evaluation reports, Treasury Board and the Department of Finance will be able to determine whether the program meets its objectives and whether or not it should be extended.

If it is deemed feasible and if the answer is no, then I assure you that the government will assume its responsibilities. Moreover, I think a point should be made—I'm sure you will concur and be happy to hear this—and I would like to emphasize that this program is financially neutral with the government. Any potential loss would be covered out of the reserve created specifically for this purpose in connection with the program. Many of your members did raise that concern in the House.

Mrs. Brown: I appreciate that. I understand that this amendment will likely fail, but I would still like to have it as part of the record, with my comments attached.

The Chairman: Of course.

Mr. Culbert: Mr. Chairman, I am just going to ask one question. I certainly appreciate the concern Mrs. Brown has with regard to trying to pre–empt that in the future. I think that's quite commendable.

Is it your feeling—either the chair or the committee—that putting any specific term in there, whether it is three years, five years or whatever, pre–empts a review at six months, one year, or a year and one–half? I would want to think that's always Parliament's prerogative to order that review at any point in time during the whole process to put a specific term in there. I wonder if it doesn't somehow limit us doing that if a problem was found in a year and one–half. I would think we might want to order a review there. I'll just point that out.

The Chairman: I feel I am the wrong one to be answering the question, but it does seem to me, from my limited knowledge of my time here, that this committee can have a review at any time it wishes. It can be under a number of guises, whether it is during the review of the estimates, looking at future spending plans, or whatever. It may be simply because we hear a lot of things about it. Should this amendment be defeated, it by no means precludes the committee from doing something at any time. That's my understanding, but I could be wrong.

Pour cette raison, le paragraphe 3(2) prévoirait ceci:

> Dans les trois mois qui suivent le début de son étude ou dans le délai supérieur que la Chambre des communes lui accorde, le comité visé au paragraphe (1) remet son rapport, accompagné, s'il y a lieu, des modifications qu'il recommande, à la Chambre des communes.

Cela permet d'officialiser le processus et de donner davantage de force au projet de loi.

Mme Guarnieri (Mississauga Est): Nous sommes d'avis que cette disposition de temporisation n'est pas nécessaire, même si nous comprenons bien les explications données par la députée, puisque le programme fera l'objet d'une évaluation complète au bout de deux ans. En fonction de ces rapports, le Conseil du Trésor et le ministère des Finances pourront déterminer si le programme atteint ses objectifs ou s'il ne doit pas être renouvelé.

Le cas échéant, soyez assuré que le gouvernement prendra ses responsabilités. De plus, il me paraît utile de préciser—je suis sûre que vous serez bien aise de l'entendre—et je le souligne, le programme ne coûtera rien au gouvernement. Toute perte éventuelle sera couverte par la réserve créée expressément à cette fin avec le programme. Vos députés ont été nombreux à soulever cette question à la Chambre.

Mme Brown: Je vous en remercie. Je sais que cet amendement a peu de chance d'être adopté, mais je tiens tout de même à ce qu'il soit consigné au compte rendu, avec mes commentaires.

Le président: Bien entendu.

M. Culbert: Monsieur le président, je voudrais poser une question. Je comprends que M^me^ Brown craigne des mesures préventives à l'avenir. C'est tout à son honneur.

Pensez–vous—je m'adresse au président ou au comité—qu'en précisant un délai, que ce soit trois ans, cinq ans ou autre, on empêche qu'un examen puisse avoir lieu au bout de six ans, d'un an ou d'un an et demi? Je crois bien que le Parlement aurait toujours la possibilité d'ordonner un examen à n'importe quel moment. Je me demande si en précisant le délai, nous ne limitons pas la possibilité d'intervenir si un problème devait surgir dans un an et demi. Nous pourrions alors souhaiter entreprendre une évaluation. Je voulais simplement le signaler.

Le président: Je suis mal placé pour répondre, mais avec le peu d'expérience que j'ai, il me semble que ce comité peut entreprendre un examen quand il le veut. Il peut le faire pendant l'étude du budget, lorsqu'il examine les projets de dépenses, ou à d'autres occasions. Il peut décider de faire une évaluation simplement si l'on entend dire des choses au sujet du programme. Si la motion est rejetée, cela ne veut pas dire pour autant que le comité ne pourrait pas intervenir quand il le souhaite. C'est ainsi que je comprends la situation, mais je fais peut–être erreur.

[*Texte*]

Mrs. Brown: Yes.

M. Jean–François Bernier (directeur intérimaire, Politique et programmes du film, de la vidéo et de l'enregistrement sonore, ministère du Patrimoine canadien): Je peux peut–être répondre à votre question, monsieur le président. Mon nom est Jean–François Bernier.

Le président: Excusez–moi, si je ne vous ai pas présenté, c'était très impoli de ma part.

M. Bernier: Ce n'est pas un problème. Mon nom est Jean–François Bernier. Je suis le directeur des politiques du film, de la vidéo et de l'enregistrement sonore qui a été cité il y a quelques minutes, et j'aimerais peut–être préciser que je ne suis pas de Téléfilm Canada, mais du ministère du Patrimoine canadien.

La question de la révision de l'évaluation de ce programme est intrinsèque à l'article 1(1) et fait partie bien évidemment des termes et conditions qui seront finalisés au sujet de l'approbation de ce projet de loi. Je vous avouerai qu'on a demandé à ce que le programme soit évalué après deux années d'opération complètes, pour avoir une expérience significative afin d'être en mesure de l'évaluer.

• 2045

Bien évidemment, si des pertes devaient être encourues avant ces deux années, il n'est certainement pas dans l'intention de Téléfilm Canada de maintenir ce programme indéfiniment, compte tenu que toute perte qui dépasserait la réserve serait prise à même les crédits parlementaires de Téléfilm, ce qui viendrait nuire au maintien des autres programmes qui sont en place à Téléfilm.

J'espère que cela répond à votre question.

Le président: Y a–t–il d'autres formes de révision? Je voudrais savoir si on demande, de temps en temps, à des experts de l'extérieur de faire une évaluation des programmes de Téléfilm.

M. Bernier: Oui. Les programmes normaux de Téléfilm sont évalués tous les cinq ans, tel que prévu dans nos protocoles d'entente entre le ministère du Patrimoine, anciennement ministère des Communications, et la Société Téléfilm Canada. C'est vraiment, dans ce cas–ci, la première fois que ce programme est évalué sur une si courte période, soit deux ans. Habituellement, on laisse le temps à un programme de travailler pendant cinq ans avant de l'évaluer.

Le président: Si j'ai bien compris, il y aura une révision après deux ans, une autre révision après cinq ans et nous avons toujours, en tant que Comité, le droit de faire une enquête n'importe quand. C'est exact?

M. Bernier: J'imagine que c'est votre prérogative, monsieur le président.

Le président: On va donc faire des enquêtes sur Téléfilm.

Ms Dorothy Franklin (Director, Financial Management, Minister's Portfolio, Department of Canadian Heritage): My name is Dorothy Franklin. I am the director of financial management, Minister's Portfolio, in the Department of Canadian Heritage.

I wonder if I could add a few comments about the evaluation that was in fact a condition of the Department of Finance supporting this proposal from the outside. The Department of Finance, of course, was concerned about the

[*Traduction*]

Mme Brown: Oui.

Mr. Jean–François Bernier (Interim Director, Film, Video and Sound Recording Policies and Programs, Heritage Canada): Mr. Chairman, I might be able to answer that question. I am Jean–François Bernier.

The Chairman: I apologize for not introducing you; it was very impolite of me.

Mr. Bernier: No problem. My name is Jean–François Bernier and I am the director of film, video and sound recording policies and programs that was quoted a while ago; I would like to indicate that I am not with Telefilm Canada but rather with Heritage Canada.

The review of the program is implicit in clause 1(1) and is indeed included in the terms and conditions that will be established with the passage of this bill. I must admit that we asked for a review after two years in order to have sufficient experience to have something to assess.

Should any losses occur during those two years, it is obviously not the intention of Telefilm Canada to maintain the program indefinitely since any loss over and above the reserve would have to come out of Telefilm's budget, and would therefore encroach on Telefilm's other programs.

I hope that answers your question.

The Chairman: Are there any other forms of review? I would like to know if, from time to time, outside experts are called in to do an evaluation of Telefilm's programs.

Mr. Bernier: Yes. Regular Telefilm programs are reviewed every five years, as specified in the memorandum of understanding between Heritage Canada, the old DOC, and Telefilm Canada Corporation. It is indeed the first time that a program will be assessed after such a short period, i.e. after two years. Usually a program is allowed to operate five years before an evaluation is done.

The Chairman: If I'm not mistaken there will be a review after two years, another one after five years, and as a committee we retain the right to start a review at any time. Is that right?

Mr. Bernier: I imagine that is the prerogative of the committee, Mr. Chairman.

The Chairman: So we will do studies on Telefilm.

Mme Dorothy Franklin (Directrice de la gestion financière, Portefeuille ministériel, ministère du Patrimoine canadien): Je m'appelle Dorothy Franklin et je suis directrice de la gestion financière au portefeuille ministériel, au sein du ministère du Patrimoine canadien.

Je crois bon d'ajouter quelques précisions concernant l'évaluation qui, de fait, était la condition posée par le ministère des Finances pour appuyer cette initiative au départ. Le ministère des Finances s'inquiétait, bien sûr, du risque couru.

[*Text*]

element of risk. Another aspect of the evaluation that would take place after two years would be not only to determine, in very general terms, whether the program is achieving its objectives, but also to assess the actual risk of the program once it was in operation, since the risk, as assessed at this point, is based on the best information we have to date without an actual program in place. The value of this evaluation will be considerable, both in determining the future of the program and its viability, and the means by which the program should continue.

Mr. Gallaway: In speaking to Mrs. Brown's motion, it is very unusual for a bill to be passed in our tradition wherein we would attempt to tie up a future Parliament. The wording of the motion states that after three years something shall occur. It doesn't say ''may occur''; it says ''shall occur''. It is mandatory.

In the same vein as a comment that was made earlier, the Parliament of the day would have a problem at two years, shall we say, if there were some problems, in readjusting it. We could embark on a formal review in two years, as a committee, but nonetheless the legislation would require, at the three–year period, the same exercise to take place. This really is a kind of strange scenario at the best of times.

I understand what Mrs. Brown is saying on behalf of her party, but I draw the analogy to certain legislation regarding boundary adjustments going on before Parliament at the moment. This is, in effect, the introduction of a sunset clause to a piece of legislation that is 25 years old and is being opposed by her party.

Now we are going to build a type of sunset into a piece of legislation. I think we are attempting to bind a future Parliament, or the Parliament of the day, and we are also predetermining a committee that will embark upon a review that may not be necessary at three years, but may be necessary at two years.

If Mrs. Brown would like to put a life–span on this, then I think the proper way of doing it would be to say that after three years this legislation will have no force or effect, save and except the case of the Parliament of Canada renewing it. But to build in a review process is binding future governments.

[*Translation*]

L'évaluation qui aura lieu après deux ans ne visera pas seulement à déterminer si le programme atteint ses objectifs, mais permettra aussi d'évaluer le risque que présente le programme, puisque pour le moment, ce risque n'a pu être évalué qu'en fonction des renseignements dont nous disposions, avant que le programme ne soit mis en oeuvre. Cette évaluation sera extrêmement utile tant pour décider de l'avenir du programme et de sa viabilité que pour déterminer comment le programme devrait être maintenu.

M. Gallaway: À propos de la motion de M^me^ Brown, je tiens à dire qu'il serait tout à fait anormal d'adopter un projet de loi qui commettrait un Parlement à venir. D'après la motion, il faudra faire certaines choses au bout de trois ans. Ce n'est pas facultatif.

Comme on l'a dit tout à l'heure, cela pourrait créer des difficultés pour le Parlement si, dans deux ans, des problèmes devaient surgir. Le comité pourrait entreprendre une évaluation officielle dans deux ans, mais d'après la loi, la même évaluation devrait avoir lieu à nouveau au bout de trois ans. Ce serait à tout le moins étrange.

Je comprends les arguments qu'avance M^me^ Brown au nom de son parti, mais cela me fait penser à une loi concernant la modification des limites des circonscriptions électorales qui est à l'étude au Parlement actuellement. Il s'agit en fait de l'application d'une disposition de temporisation figurant dans une loi adoptée il y a 25 ans, et à laquelle son parti s'oppose.

On nous demande maintenant de faire figurer ce même type de disposition dans cette loi. Ce serait lier les mains d'un Parlement à venir, et cela obligerait un comité à entreprendre une étude qui pourrait ne pas être utile dans trois ans, mais plutôt dans deux.

Si madame Brown tient absolument à préciser un délai, il serait préférable de proposer qu'au bout de trois ans la loi devienne caduque, à moins que le Parlement du Canada ne décide de la renouveler. Mais rendre obligatoire l'examen du programme, cela reviendrait à lier les gouvernements futurs.

• 2050

The Chairman: Are there other expressions or views?

Mrs. Brown: I do appreciate all the comments from everyone, Mr. Chairman. They are helpful.

Formalizing the review—it's all well and good to intend for an informal process at the committee level, but the House of Commons recently went through Mrs. Gaffney's bill, which I think demonstrated in the most extreme sense legislation that was restrictive and outdated and had been sort of swept along under the carpet for 25 years. I'm not suggesting that will happen with this legislation—that it won't be addressed—because I've had recorded assurances from this committee that it will.

As I said earlier, I would like this amendment to stand. I accept all of the comments that have been made. There's wisdom in those words, but based on my own experience with sunset clauses, I believe it does help to protect the end users.

Le président: Y a–t–il d'autres avis sur la question?

Mme Brown: Monsieur le président, j'ai beaucoup apprécié tous les commentaires. Ils sont très utiles.

Officialiser l'évaluation. . .c'est très bien de prévoir une évaluation au niveau du comité, mais la Chambre des communes vient de débattre du projet de loi de M^me^ Gaffney, et il me semble que nous avons eu là un exemple frappant d'une loi dépassée et contraignante qui est restée dans l'ombre pendant 25 ans. Je ne veux pas dire par là que cela se produira aussi avec cette loi–ci—on ne s'en préoccupera pas—puisque l'on m'a publiquement assurée que ce comité s'en occupera.

Comme je l'ai déjà dit, je tiens à ce que l'on vote sur cet amendement. J'accepte tous les commentaires qui ont été faits, car ils sont pleins de sagesse, mais d'après ma propre expérience, les dispositions de temporarisation contribuent à protéger les utilisateurs.

[*Texte*]

The Chairman: If I can take that as concluding remarks in support of the amendment, are we ready to vote on the amendment?

Amendment negatived

The Chairman: Unless there are other amendments, we have passed everything.

Shall the title pass?

Some hon. members: Agreed.

The Chairman: Shall I report the bill to the House?

Some hon. members: Agreed.

The Chairman: Unless there is any other business, this meeting is adjourned.

[*Traduction*]

Le président: Si c'est là votre conclusion, pouvons–nous maintenant mettre l'amendement aux voix?

L'amendement est rejeté

Le président: À moins qu'il n'y ait d'autres amendements, nous avons terminé.

Le titre est–il adopté?

Des voix: Adopté.

Le président: Dois–je présenter le projet de loi à la Chambre?

Des voix: D'accord.

Le président: Puisque tout a été dit, je lève la séance.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation Societe canadienne des postes
Postage paid Port paye
Lettermail Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacre–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From Telefilm Canada:

Jean–Paul Paré, Director, Financing and Administration.

From the Canadian Bankers' Association:

Charles S. Coffey, Senior Vice–President, Business Banking, Royal Bank of Canada, and Chair, Independent Business Committee;

Robert D. Morrice, Senior Manager, Entertainment Software, Royal Bank of Canada.

From the Canadian Film and Television Production Association:

Kevin DeWalt, Chairman of the Board;

Sandra Macdonald, President.

From the Department of Canadian Heritage:

Jean–François Bernier, Acting Director, Film Video and Sound Recording Policy and Program;

Dorothy Franklin, Director of Financial Management.

TÉMOINS

De Téléfilm Canada:

Jean–Paul Paré, directeur, Financement et administration.

De l'Association des banquiers canadiens:

Charles S. Coffey, premier vice–président, Service aux entreprises, Banque royale du Canada, et président, Comité de l'entreprise indépendante;

Robert D. Morrice, directeur général, Diverticiel, Banque royale du Canada.

De l'Association canadienne de production de film et de télévision:

Kevin DeWalt, président du conseil;

Sandra Macdonald, présidente.

Du ministère du patrimoine canadien:

Jean–François Bernier, directeur intérimaire, Politique et programmes du film, de la vidéo et de l'enregistrement sonore;

Dorothy Franklin, directrice du portefeuille du Ministre.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Governm
Publicatio

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 19

Thursday, June 9, 1994

Chairperson: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 19

Le jeudi 9 juin 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of culture and the information highway

CONCERNANT:

Confromément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la culture et l'autoroute de l'information.

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

University of Toronto

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chairperson: John Godfrey

Vice–Chairs: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Associate Members

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidentes: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Membres associés

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

THURSDAY, JUNE 9, 1994
(24)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 3:37 o'clock p.m. this day, in Room 209, West Block, the Chairman, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Eleni Bakopanos, Roger Gallaway, John Godfrey, Suzanne Tremblay.

Acting Members present: Walt Lastewka for Glen McKinnon, Gurbay Malhi for Bonnie Brown.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: From The UBI Consortium: Sylvie Lalande, President and Director General. *From The Canadian Cable Television Association:* Ken Stein, President and Chief Executive Officer; Elizabeth Roscoe, Senior Vice–President, Public Affairs and Regulatory Development; Guy Beaudry, Vice–President, Corporate Affairs, Le Groupe Vidéotron Ltée.; Barb Stanley, Vice–President, Legal Affairs, Fundy Cable.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2) and its Order of Wednesday, April 27, 1994 a study of culture and the information highway. (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Tuesday, May 24, 1994, Issue No. 14*).

The witness from the UBI Consortium made a statement, and answered questions.

Ken Stein made a statement, and with the other witnesses from The Canadian Cable Television Association, answered questions.

At 5:16 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE JEUDI 9 JUIN 1994
(24)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 15 h 37, dans la salle 209 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Eleni Bakopanos, Roger Gallaway, John Godfrey, Suzanne Tremblay.

Membres suppléants présents: Walt Lastewka pour Glen McKinnon; Gurbay Malhi pour Bonnie Brown.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: Du Consortium UBI: Sylvie Lalande, présidente–directrice générale. *De l'Association canadienne de télévision par câble:* Ken Stein, président et directeur général; Elizabeth Roscoe, vice–présidente principale, Affaires publiques et réglementation; Guy Beaudry, vice–président, Affaires corporatives, Le Groupe Vidéotron Ltée.; Barb Stanley, vice–présidente, Affaires juridiques, Fundy Cable.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) et à son ordre de renvoi du mercredi 27 avril 1994, le Comité poursuit son étude sur la culture et l'autoroute de l'information (*voir les Procès–verbaux et témoignages du mardi 24 mai 1994, fascicule nº 14*).

La témoin du Consortium UBI fait un exposé et répond aux questions.

Ken Stein fait un exposé puis, avec les autres témoins de l'Association de télévision par câble, répond aux questions.

À 17 h 16, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Thursday, June 9, 1994

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le jeudi 9 juin 1994

• 1537

The Chairman: Ladies and gentlemen, we continue our study of culture and the information highway. It is a preparatory study to our major study this fall on the role of the CBC and different methods of financing it in the multi–channel universe. This is part of the context in which we try to better understand the rapid evolution of technology, the impact of that evolution on the marketplace, what that says to policy–makers, and what room for manoeuvring we have to preserve Canadian culture.

Our first witness today is from

Vidéotron, M^me^ Sylvie Lalande qui est la présidente et directrice générale. Vous êtes là seule et je vous invite à nous éclairer sur toutes ces questions épineuses et difficiles.

Mme Sylvie Lalande (présidente et directrice générale, Consortium UBI): En dix minutes?

Le président: En dix minutes, ce serait un miracle.

Mme Lalande: Je voudrais vous souligner, monsieur le président, que je ne travaille plus pour le groupe Vidéotron puisque je suis maintenant la présidente et directrice générale du Consortium UBI et je vais vous expliquer ce qu'est UBI.

Donc, mesdames, messieurs, membres du Comité permanent du patrimoine canadien, je voudrais, dans un premier temps, vous manifester ma reconnaissance pour cette invitation à comparaître devant vous afin d'aborder un sujet qui défraie l'actualité, stimule l'imaginaire et nous projette dans le monde de l'information interactive du prochain millénaire, mais qui demeure cependant encore obscur et inféfini pour la plupart d'entre nous. Il s'agit de l'autoroute électronique.

Je représente le Consortium UBI. UBI est un regroupement de compagnies et de sociétés crédibles et dynamiques. Il s'agit de la Banque Nationale du Canada, Hydro–Québec, Loto Québec, la Société canadienne des postes, le Groupe Vidéotron Ltée, le Hearst Corporation et Vidéo et Communication.

Although I have only recently been appointed to head this consortium, I'm quite familiar with the subject of this presentation. Over the last seven years I have worked in television broadcasting for various Groupe Vidéotron companies. I have been closely involved in research, development and the implementation of the first generation of interactive services using the Vidéoway technology in Quebec, Alberta, and England.

• 1540

Today I have come to share with you an integrated vision of the role of broadcasters, cable operators and other companies that are working concretely toward the development of the electronic highway.

Le président: Mesdames et messieurs, nous poursuivons notre examen de la culture et de l'autoroute de l'information. Il s'agit d'une étude préparatoire à un examen exhaustif que nous entreprendrons cet automne sur la Société Radio–Canada et sur son financement dans le contexte d'un univers à canaux multiples. Nous tentons en ce moment de mieux comprendre l'évolution rapide de la technologie, son incidence sur le marché, son sens pour les décisionnaires et les possibilités qui s'offrent à nous pour préserver la culture canadienne.

Nous accueillons en premier lieu aujourd'hui de

Vidéotron, Mrs. Sylvie Lalande, President and Chief Executive Officer. You are alone and therefore I would invite you to brief us on these delicate and difficult questions.

Ms. Sylvie Lalande (President and Chief Executive Officer, UBI Consortium): In ten minutes?

The Chairman: In ten minutes would be a miracle.

Ms. Lalande: First of all, I would like to mention, Mr. Chairman, that I no longer work for "Le Groupe Vidéotron", since I am now the President and Chief Executive Officer, of the UBI Consortium. I will explain what UBI is.

Ladies and gentlemen, members of the Standing Committee on Canadian Heritage, I would like to begin by thanking you for inviting me to speak to you on a subject which is in the news; which stimulates our imagination; which projects us into the world of interactive information for the third millennium; yet which is still somewhat obscure and uncertain for most of us. It is, the electronic highway.

I am here representing the UBI Consortium. UBI is a group of well–established and dynamic companies and corporations: the National Bank of Canada, Hydro–Québec, Loto–Québec, the Canada Post Corporation, "le Groupe Vidéotron Ltée", The Hearst Corporation and Videoway Communications Inc..

Malgré ma nomination toute récente à la tête du consortium, j'ai la chance de bien maîtriser le sujet de cette présentation, puisqu'au cours des 7 dernières années, à travers mes assignations au sein des entreprises du Groupe Vidéotron, j'ai été impliquée de près à la recherche, au développement et à l'implantation de la première génération de services interactifs utilisant la technologie Vidéoway au Québec, en Alberta et en Angleterre.

Je désire donc aujourd'hui partager avec vous la vision intégrée du rôle des radiodiffuseurs, des télédistributeurs et des autres compagnies qui s'activent à développer concrètement l'autoroute électronique.

[*Texte*]

Let's begin by qualifying that UBI is not a test bed or a pilot project, nor is it simply a Vidéotron project. UBI is a business plan that brings together private and public corporations that are not generally known for their adventurous natures. Its mission is to offer consumers a wide range of interactive and innovative services in the comfort of their homes.

As we speak, hundreds of employees working for the partners of the UBI consortium are busy polishing the blueprints that will allow them to bring their services into the homes of consumers or to develop new ones.

The phrase heard everywhere, electronic highway, unfortunately does not do justice to the actual concept behind the services, or to the very real advantages for consumers. I will attempt therefore to outline the roles of the various players in the electronic highway, be they broadcasters, cable operators, public or private corporations. This will allow me to show the undeniable nature of the project and its real effect on the daily lives of consumers.

Let me emphasize that UBI is not a technological initiative, but a mass–media communication tool aimed at serving companies, governments and consumers.

Abordons d'abord le rôle des radiodiffuseurs, un rôle de premier plan en tant que fournisseurs de contenu d'information, d'éducation et de divertissement. Comme depuis toujours, ils devront faire la preuve que leurs programmes rejoignent des auditoires tout en accompagnant adéquatement les annonceurs dans leurs démarches commerciales.

Pour ce faire, les radiodiffuseurs devront domestiquer ce nouvel outil de communication personnalisé et interactif. De leur rôle traditionnel de médias de masse, ils évolueront alors vers un rôle de médias de service et de marketing direct. Leur grand savoir–faire en matière de création et de production sera mis à contribution et devrait les amener à développer des contenus non traditionnels ou non programmés.

Ce nouveau concept de télévision interactive et multimédias offre aux artisans de la télévision de nouveaux outils de création. Ainsi, des auteurs, des scénaristes, pourraient très bien dans l'avenir être les créateurs d'une nouvelle génération d'outils pédagogiques et de jeux vidéos.

Quant aux télédistributeurs, leur rôle va évoluer considérablement. Nous ne parlons plus d'un simple rôle de distributeurs de produits télévisés. Ils deviennent les architectes de l'infrastructure, de la technologie et de l'interface qui permettront aux entreprises, aux institutions utilisatrices et aux gouvernements également de réorienter leur processus d'affaire ou de communication avec le public afin de le rendre plus efficace, plus dynamique et plus rentable.

Pour les appuyer dans cette démarche, le groupe Vidéotron partagera, avec ses partenaires UBI, les résultats du programme de recherche mené par le laboratoire de recherche sur les nouvelles technologies de l'Université de Montréal sur une période de cinq ans. Ce programme de recherche effectué par un tiers visait à analyser le processus d'adoption d'une nouvelle technologie à domicile et ses usages.

[*Traduction*]

D'entrée de jeu, précisons que UBI n'est pas un projet pilote, ni un banc d'essai, ni une expérience menée par Vidéotron seul. Il s'agit plutôt d'un plan d'affaires qui regroupe des compagnies privées et publiques qui ne sont pas reconnues pour leur caractère aventurier. UBI s'est donné pour mission d'offrir aux consommateurs, dans leur foyer, une gamme de services interactifs et novateurs.

Au moment où je vous parle, des centaines d'employés des compagnies actionnaires de UBI s'affairent à mettre au point les formules qui leur permettront, soit d'extentionner leurs services au domicile des consommateurs, soit d'en développer de nouveaux.

Le terme à la mode d'autoroute électronique décrit malheureusement mal ou de façon nébuleuse le concept même des services qu'il représente et des avantages réels pour le consommateur. Je tenterai donc de vous préciser le rôle des différents acteurs sur l'autoroute électronique, qu'ils soient: radiodiffuseurs, télédistributeurs, compagnies privées ou sociétés publiques, afin de démontrer le caractère incontournable du projet et ses retombées réelles sur la vie des consommateurs.

Je le répète, UBI n'est pas un projet technologique, mais bien, d'ores et déjà, un outil de communication grand public, au service des consommateurs, des entreprises et des gouvernements.

Let's begin with the role of broadcasters. Broadcasters will play an important role in providing information, entertainment and educational content. As always, broadcasters will have to prove that their programming reaches its target audience and supports the commercial interests of its advertisers.

To do this, they will need to appropriate this new customized and interactive communication tool. We will see broadcasters evolving from their traditional role as mass media toward a new, personalized marketing role. Their extensive knowledge in creation and production will be applied toward the development of products that are neither traditional nor «programmed».

This new concept of interactive, multimedia television provides television craftsmen with a new creative tool. It is therefore possible that in the future, authors and screenwriters will be creating the next generation of educational tools and video games.

As for cable operators, their role will also evolve considerably. They will not simply be distributing televised products. They will become the architects of a state of the art infrastructure and the originators of the platform and interface which will allow companies, institutions and governments to adjust their business processes or their communication methods in order to make them more efficient, dynamic and profitable.

To support them in this undertaking, Vidéotron will share with its partners the results of its research program conducted over the last five years by the *Laboratoire de recherche sur les nouvelles technologies* at L'Université de Montréal. This independent research program was set up to study users and their adaptation process to a new home technology.

[*Text*]

Actuellement, aucune autre entreprise ne possède des informations d'une telle profondeur et d'une telle valeur. Quant aux entreprises fondatrices de UBI, chacune à sa façon, elles vont continuer de jouer un rôle de leader dans leur sphère de compétence, tout en participant activement au développement économique du Canada.

[*Translation*]

No other company has such extensive and valuable knowledge. As for UBT's other founding companies, each will, in its own way, continue to play a leading role in their respective fields while collectively and actively participating in Canada's economic development.

• 1545

La Banque nationale du Canada, qui a initié le mode de paiement direct, introduira par le biais de UBI les guichets bancaires à domicile. La Société canadienne des postes, qui a fait son entrée dans le marché du courrier électronique il y a 20 ans, entraînera le consommateur sur la voie de la communication électronique en utilisant cette fois–ci le téléviseur et une télécommande. Loto Québec, qui a développé la grande majorité des jeux vidéo sur Vidéoway, poursuivra son développement de jeux interactifs tout en optimisant ses services à la clientèle. Hydro–Québec utilisera toutes les possibilités de cet outil de communication au grand public à des fins d'information et de formation auprès des consommateurs. Hydro–Québec fera aussi entrer le consommateur dans l'ère de la domotique avec une gamme de possibilités de contrôle du confort énergétique au foyer. Finalement, les services multimédias, comme les botins d'affaires développés par Hearst Corporation pour les commerçants et les consommateurs, ou encore les services d'annonces classées offerts par Vidéoway Communications complèteront la gamme des services offerts aux consommateurs.

The National Bank of Canada who was the first bank to introduce direct payment, will now offer its customers a home banking service through UBI. The Canada Post Corporation, which entered the world of electronic mail twenty years ago, will teach customers to communicate electronically from home using their television and remote control. Loto–Québec, who developed the majority of video games now available on Videoway will continue to develop new interactive games while optimizing customer service. Hydro–Québec will make optimal use of this communication tool for the general public to inform and train its customers. Hydro will also lead its consumers into the age of home automation offering a wide range of possibilities for monitoring energy control and home comfort. Finally, multimedia services such as the electronic business directory developed for our businesses and customers by The Hearst Corporation and the classified ads developed by Vidéoway Communications Inc., will complete the range of services offered to consumers.

Beyond the entertainment and commercial considerations, I also want to point out the tremendous potential for interactive education, which we call UBI education. UBI education is a partnership with educational institutions created for the implementation of a structure to allow us to make the best possible use of the UBI system's training and educational potential.

Au–delà des considérations de divertissements et de services commerciaux, je me dois de souligner l'énorme potentiel d'éducation interactive de UBI que nous appelons UBI–Education. Il s'agit d'un partenariat d'institutions dans le domaine de l'éducation qui a été formé afin de mettre en place la structure permettant d'exploiter au maximum les capacités éducatives et formatives du système UBI.

This alliance was conceived by l'Université du Québec à Montréal and video and multi–media, which have teamed up with the Saguenay region's educational institutions. Because this is an evolving and open structure, it will accommodate new partners and observing partners that can provide positive contributions.

Les initiateurs sont l'Université du Québec à Montréal et Vidéoway Multimédia qui, pour les fins d'expérimentation du projet, se sont associés aux institutions d'enseignement de la région du Saguenay. La structure étant en évolution et par définition ouverte, elle accueillera, au fil de son développement, de nouveaux partenaires ou des observateurs susceptibles de bonifier le système.

At this very early stage of our implementation we are already assured of active participation by educational institutions that will play a decisive role in the development of new home education services.

Nous sommes donc d'ores et déjà assurés, à ce stade–ci de notre implantation, de la participation active du milieu éducatif qui sera partie prenante au développement des nouveaux services éducatifs à domicile.

You can easily envision that the successful launch of this multi–disciplinary project geared entirely toward the consumer will require considerable financial and human efforts. As considerable as they are, these efforts will be insufficient without the support, vision and collaboration of your committee and various government institutions.

Vous comprendrez facilement que le lancement réussi d'un tel projet multidisciplinaire orienté en fonction du consommateur exige de UBI des efforts financiers et humains considérables. Ces efforts, aussi grands soient–ils, demeureront insuffisants sans l'appui, la vision et la collaboration des différentes instances gouvernementales.

In its initial phase in Chicoutimi in the fall of 1995, UBI will have the largest laboratory for the marketing of interactive multi–media services with its distribution to 34,000 homes. It will provide an exceptional window of observation for economic, international and cultural communities.

Dans sa phase initiale, à l'automne quatre–vingt–quinze, à Chicoutimi, UBI sera le plus important laboratoire de commercialisation de services interactifs multimédia et rejoindra 34 000 foyers. Nous constituerons de ce fait une fenêtre d'observation privilégiée pour les communautés économique, culturelle et internationale.

[*Texte*]

In an economic area without frontiers, where creativity and technology are our precepts, we have the collective obligation to capitalize on UBI's considerable head start in the electronic highway and make it a success. In this perspective it is imperative that governments define their own needs within UBI. After all, both the government and UBI are striving to better serve Canadian consumers.

Someone once said the best way to predict the future is to invent it, which is exactly what we are doing at UBI.

Je voudrais maintenant vous inviter à regarder un court document vidéo qui illustre certaines des applications qui seront disponibles à Chicoutimi, à l'automne 1995.

Le président: Un moment, s'il vous plaît. Je trouve que nous avons les meilleures possibilités de montrer ce vidéo à tout le monde. Je me demande si les membres du Comité ne pourraient pas se déplacer vers cette partie de la salle en réarrangeant l'écran. Est–ce possible?

[*Traduction*]

Dans un espace économique sans frontière où la créativité et la technologie font loi, nous avons collectivement le devoir de prendre avantage de cette longueur d'avance que représente UBI dans ce concept de l'autoroute électronique et d'en faire une réussite. Dans cette perspective, il est impératif que les gouvernements définissent dès maintenant leurs propres besoins en fonction de UBI, puisque leurs clients et la population qu'ils desservent sont les utilisateurs d'UBI.

J'ignore qui a dit ceci, mais c'est tellement vrai: la meilleure façon de prédire l'avenir, c'est de l'inventer. C'est exactement ce que nous faisons maintenant chez UBI.

I now invite you to watch a short video outlining some of the applications that will be available in Chicoutimi in the fall of 1995.

The Chairman: One moment, please. I think we should try our best to let everyone see the video. I wonder if members of the committee would agree to move to this part of the room and we would move the screen as well. Is that possible?

• 1550

Est–ce en français ou en anglais? C'est en français. Allez–y!

[*Présentation audiovisuelle*]

Is it in French or in English? It is in French. Go ahead!

[*Audiovisual Presentation*]

• 1555

Le président: Madame Tremblay, vous avez peut–être des questions à poser?

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Il y a tellement de questions.

Le président: Vous pourrez toujours revenir. Voulez–vous commencer quand même?

Mme Tremblay: Je suis un peu dérangée parce que j'attendais Vidéotron. Là, on parle de UBI, et on voit des gadgets. Cependant, plus j'entends parler de l'autoroute électronique, plus je suis inquiète du monde vers lequel on s'en va.

Ce que je viens de voir, d'abord ce sont six choses dont on dispose déjà, d'une certaine façon. Faire un dépôt de la maison ou bien du coin de la rue, cela va simplement nous empêcher de marcher. A–t–on prévu de modifier l'alimentation des Canadiens et des Canadiennes de façon à ce qu'on puisse compenser pour le temps qu'ils passeront devant le téléviseur pour faire tout ce qu'il y a à faire là?

Je suis vraiment inquiète. Je me demande au plan sociologique s'il y a des gens qui ont commencé à penser vers quelle sorte de monde on se dirige. L'abrutissement total, c'est quoi? Les cours à distance existent déjà. Il y a déjà un canal qui diffuse cela. On en suit à Radio–Québec; il y en a à TV Ontario. On en ajoute un. Est–ce que cela sera pour les décrocheurs? Est–ce prévu pour cela?

On veut nous impressionner en disant qu'on prend les présences. Cependant, quant à la présence d'esprit, qu'est–ce qui nous dit que n'est pas parti une fois que la présence est donnée? Cela ne m'emballe pas du tout, et même cela

The Chairman: Mrs. Tremblay, perhaps you have some questions?

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): There are so many questions.

The Chairman: We could always come back to you. Would you like to start anyway?

Mrs. Tremblay: I am a little upset because I was expecting Vidéotron. Now, we are talking about UBI and we're shown gadgets. The more I hear about the electronic highway, the more concerned I am about where the world is headed.

I have just been shown six things that already exist to a certain extent. If people can make deposits from home or a street corner, all that means is they will no longer walk as much. Has anything done to change Canadians' eating habits to make up for the time they will spend in front of their television set to do all the things that need to be done there?

I am really concerned. I am wondering if anyone has thought of the sociological implications of all this. How far are we prepared to go before becoming total morons? Distance education already exists. There is already a channel that offers that. There are courses on Radio–Québec; there are some on TV Ontario. Another is being added. Will it be for school dropouts? Is that what it was intended for?

We are supposed to be impressed by the fact that attendance will be taken. Well, what about attentiveness? How can one be sure the viewer is attentive once attendance has been taken? I do not like the idea at all. I don't know whether it is

[*Text*]

m'attriste. Je ne sais pas si c'est le fait que c'est un jeudi après–midi, que c'est une semaine longue, mais cette affaire–là, ce que je viens de voir vient me déprimer tout d'un coup. Cela ne m'a pas du tout motivée; pas une miette. Cela m'a même considérablement inquiétée. Pouvez–vous me dire quelque chose pour me remonter le moral un peu?

Mme Lalande: Le temps va me manquer pour répondre à tout cela. Vous avez dit plusieurs choses importantes. En dernier lieu, vous avez parlé de l'aspect éducation. Oui, c'est vrai qu'actuellement on diffuse des programmes de formation à distance. Oui, c'est vrai que Radio–Québec diffuse également des programmes de formation populaire.

Cependant, étonnamment, madame, toutes ces entreprises–là, lorsque nous sommes allés les rencontrer pour leur exposer—ce que vous appelez des gadgets, et vous me permettrez d'être légèrement en désaccord avec le terme gadgets—les possibilités de contact avec leur clientèle à domicile, je dois dire que toutes ces institutions ont été très enthousiastes, et que, pour elles, ce n'est peut–être pas la solution avec un *S* majuscule, mais c'est certainement un élément de solution à certains de leurs problèmes.

Oui, on peut regarder un programme de télévision sur Canal ou sur Radio–Québec, mais vous savez que, dans le domaine de la formation à distance, ce qui est le plus contraignant pour les formateurs c'est la notion de tutorat. Or, la bidirectionnalité offre à plusieurs, et même à la totalité des téléspectateurs, d'être en contact avec un tuteur et d'avoir instantanément un retour de ce tuteur–là, que ce soit du tutorat électronique, téléphonique ou humain. Il est évident que c'est un apport, c'est un atout, et c'est sûr que si on regarde cela comme un gadget, comme je le disais plus tôt, on ne le domestiquera pas, et on ne le mettra pas au service de l'éducation. Toutefois, je le répète, toutes les institutions que nous avons rencontrées y ont vu là un élément de solution, et toutes ces institutions vont participer à l'utilisation et au développement d'applications, car, je le répète, cela répond à certains de leurs problèmes.

Donc, je comprends votre première réaction, mais il est évident qu'une formation un petit peu plus en profondeur, autre que dix minutes, nous aiderait sûrement à mieux vous faire comprendre comment c'est un apport, et comment c'est un outil qui répondra à une partie du problème.

• 1600

Vous avez également parlé de l'alimentation des Canadiens. C'est un problème multidisciplinaire et je ne pense pas que la télévision soit le seul responsable quant à la qualité de l'alimentation canadienne.

Peut–être que si la télévision apporte, dans les foyers, autre chose que des programmes traditionnels, on a peut–être là, encore une fois, un élément de solution pour déverser dans les foyers des éléments plus interactifs, plus personnalisés, et peut–être plus stimulants également pour l'intellect.

Mme Tremblay: C'était plutôt une image que d'autre chose, une satire. Étiez–vous à Vidéoway ou seulement à Vidéotron?

Mme Lalande: Chez Vidéotron et chez Vidéoway. En sept ans, j'ai travaillé pour les deux entreprises.

[*Translation*]

because it is a Thursday afternoon, that it was a long week, but I have suddenly become depressed about all this. It does not enthuse me at all, not one speck. In fact, it worries me a great deal. Can you say something that will boost my spirits a little?

Ms Lalande: I will not have enough time to answer all that. You said a number of important things. At the end, you mentioned the educational aspect. Yes, it is true that distance education programs are already being broadcast. Yes, it is true that Radio–Québec also broadcasts popular educational programs.

However, Mrs. Tremblay, surprisingly enough, when we approached those firms to show them what you call gadgets, and I hope you won't mind if I don't quite agree with the term gadgets, the possibility of having contact with their clients at home, the institutions were very enthusiastic about the idea and they feel that although it may not be the solution, with a capital S, it will certainly solve some of their problems.

Yes, you can watch a television program on Canal or Radio–Québec, but when it comes to distance education, the biggest constraint for teachers is the idea of tutoring. Now, with the two–way contact, all viewers can be in touch with a tutor and get immediate feedback, be it electronic, telephone or human tutoring. That is an obvious advantage and if you see it as a gadget, as I said earlier, obviously it will never become commonplace and will never be used for educational purposes. However, I wish to reiterate that all the institutions we met thought that would be part of the solution, and all those institutions are going to start using it and developing applications for it, because, as I said earlier, it solves some of their problems.

So I can understand your initial reaction, but it is clear that if I could have gone into more detail and spent more than 10 minutes, you would have been able to see the advantages and recognize that this is a tool that can solve part of the problem.

You also mentioned Canadians' eating habits. This is a multidisciplinary problem and I don't think that television is the sole culprit for Canadians' poor eating habits.

Perhaps if television brings into the homes something more than traditional programming, perhaps then, once again, we could help bring solutions through more interactive, personalized and intellectually stimulating programs.

Mrs. Tremblay: I was just being facetious. Did you work for Videoway or only for Vidéotron?

Ms Lalande: I was at both Vidéotron and Videoway. In seven years, I worked for both companies.

[*Texte*]

Mme Tremblay: Vous les avez quitté depuis combien de temps?

Mme Lalande: Cela fait exactement 11 jours ouvrables.

Mme Tremblay: J'avais une question qui me préoccupait par rapport à Vidéoway. C'est une compagnie, depuis 1989, qui a eu beaucoup d'aide du gouvernement, tant provincial que fédéral; c'est une compagnie qui a reçu des millions de dollars en subventions, mais quand ce fut le temps de faire fabriquer ses terminaux, vous êtes allés les faire fabriquer au Mexique. À ce moment–là, le gouvernement a demandé d'être remboursé de 2 571 000$ parce qu'il prétendait qu'étant donné que vous n'aviez pas respecté votre contrat de faire fabriquer cela en terre canadienne, vous deviez d'une certaine façon le rembourser.

Êtes–vous en mesure de nous dire si la compagnie a remboursé ou si on doit encore attendre le remboursement et tous les intérêts, car cela nous aiderait à l'heure actuelle avec le déficit?

Mme Lalande: Au moment où le gouvernement est revenu à la charge pour réclamer ce montant, de l'autre main, le gouvernement accordait à Vidéoway le grand prix de l'exportation pour ses capacités à supporter le développement de contenu canadien à l'extérieur du pays.

Je veux simplement apporter une petite précision à ce que vous venez de décrire. Vidéoway est constitué, pour ses parties physiques, de composantes qui existent actuellement sur le marché. Quand on parle de synthonisateurs, ce qu'on appelle les *tuners*, ce sont des composantes qui existent sur le marché.

Le génie de Vidéoway réside dans la fabrication des logiciels, dans la partie *soft* qui fait fonctionner des composantes qui sont sur le marché. Donc, ce qui est fait au Mexique, c'est l'assemblage des composantes qui existent déjà sur le marché mais qui ne pourraient fonctionner sans l'utilisation des logiciels créés par Vidéoway. Évidemment, un logiciel est moins physique qu'une «puce», mais le génie, lui, est québécois et il a été exporté en même temps que les composantes pour que le tout revienne ici assemblé.

Je dois également ajouter à cette réponse que, lorsque Vidéoway a démarré en 1989, il a fallu approcher des compagnies en 1988–1989 pour pouvoir faire fabriquer ces unités. Or, en 1989, Vidéoway n'était pas aussi connu qu'il l'est aujourd'hui. Aucune entreprise n'avait les reins assez solides pour transformer, modifier une partie de ces installations pour un bon de commande sur lequel, malheureusement, le nombre d'unités n'était pas assez élevé pour justifier des modifications majeures aux industries qui étaient déjà en place.

Pour vous rassurer, je dirais que, pour la fabrication des terminaux des unités Vidéoway qui seront installées à Chicoutimi et éventuellement ailleurs, Vidéotron s'est associé à la compagnie IBM qui fabrique ces composantes à Bromont. Nous avons l'intention très ferme de tout faire en sorte pour que IBM incorpore les développements de Vidéoway à ses installations actuelles de Bromont.

[*Traduction*]

Mrs. Tremblay: How long ago was that?

Ms Lalande: I stopped working for them exactly 11 business days ago.

Mrs. Tremblay: I have a concern regarding Videoway. Here is the company which received quite a bit of financial assistance since 1989 from both the provincial and federal governments. This company received millions of dollars in subsidies, but when the time came to choose where its terminals would be made, it chose to have them made in Mexico. The government then asked for a refund of $2,571,000, claiming that you did not fulfill your contract when you chose to have your terminals manufactured outside Canada. It demanded a refund.

Can you tell us if the company did refund that money or if we must still wait for that refund, with interest, knowing that this money would help us with the deficit?

Ms Lalande: On the one hand, the government asked for that amount, but on the other hand, it gave Videoway the grand prize for exports for its capacity to support the development of Canadian content outside of Canada.

I would like to clarify one thing about what you have just said. Videoway, in terms of its fiscal components, is made up of parts that are already on the market. Those tuners are parts that already exist on the market.

What is unique about Videoway is the software that allows us to use those parts that are on the market. These components already available on the market are assembled in Mexico but they could not work without the softwares created by Videoway. Obviously, a software is not as material as a chip, but the concept is from Quebec and it was exported with the parts to Mexico for assembly.

I would also like to add that, before Videoway was introduced in 1989, we looked for companies that could manufacture these units in 1988 and 1989. However, in 1989, Videoway was not as well known as it is today. No company was secure enough to modify part of its facilities for the manufacturing of a number of units which was unfortunately not high enough to justify major modifications.

You might find reassuring to know that, for the manufacturing of the Videoway terminals which will be installed in Chicoutimi and eventually elsewhere, Videotron called upon IBM which is making these components in Bromont. We also have the firm intention of getting IBM to incorporate the latest Videoway to its present facilities in Bromont.

• 1605

Le président: Nous pourrions peut–être passer de l'autre côté de la table.

The Chairman: Perhaps we could go to the other side of the table.

[*Text*]

Mr. Lastewka, welcome to our committee. If you have questions, we would be delighted to hear them.

Mr. Lastewka (St. Catharines): One of the things that comes to mind as we become more and more high–tech and compete in the global highway and so forth is what does that do to protecting or promoting a Canadian sense into something like this? What I've seen in the past is that it might start in Canada and we might do certain things and then it just goes. How does it become Canadian, or do we even have to worry about that any more?

Ms Lalande: If you look at the founding partners of this consortium, take Canada Post, they're not in this consortium just to see what will happen in Chicoutimi. Their intention is to expand the knowledge they will gather in Chicoutimi all over Canada. You know that Canada Post is also a member of other global consortia, and their intention is definitely to export their know–how to other countries. That's for sure.

To answer more specifically to your Canadian concern, 99.9% of everything that will be done on the UBI system is definitely Canadian.

Mr. Lastewka: Maybe I'll go to another approach to it then. As we become electronically technical, we start to separate those people who become very familiar in use and are very friendly to high–tech and so forth, like my daughter. I can't even talk to her any more; I have to have a computer, and so forth. What are we doing to society as we move very fast for those people who aren't able to move as fast? What is the system going to do?

Ms Lalande: As you said, your daughter is playing on a computer. Less than 30% of all the Canadian homes are equipped with a computer; 99.8% of all the homes are equipped with more than one TV set. In this case the medium is different. It's not because you add sort of a brain to your TV set that from the consumer standpoint it is perceived as high–tech. Based on the research that Vidéotron has conducted in the past on its Vidéoway basic services, the users who were using their TV sets for something else than watching regular television never mentioned that they discovered that their Vidéoway transformed their TV sets into a computer. So the medium is the message.

If you're using your TV set to consult data banks, you're not in the high–tech environment. You're still in a very familiar environment, so the perception is totally different. There is no distinction between high–tech and non high–tech. There are no innovators.

The Chairman: Perhaps I can follow up, if I may, Mr. Lastewka's point.

[*Translation*]

Monsieur Lastewka, je vous souhaite la bienvenue. Si vous avez des questions, nous serions ravis de les entendre.

M. Lastewka (St. Catharines): La haute technologie prend de plus en plus d'importance, particulièrement avec la concurrence de l'autoroute électronique à l'échelle internationale, mais je me demande comment tout cela servira à protéger ou à promouvoir le sentiment canadien? Dans le passé, nous avons eu de bonnes idées au Canada, puis nous les avons exportées et, dès lors, elles ne nous appartenaient plus. Comment pouvons–nous nous assurer que notre technologie demeure véritablement canadienne, ou peut–être ne devrions–nous pas nous préoccuper de cela?

Mme Lalande: La Société canadienne des postes est l'un des partenaires fondateurs de notre consortium; elle ne s'est pas jointe à notre consortium seulement pour voir ce qui se passerait à Chicoutimi. Elle a l'intention d'appliquer les connaissances qu'elle acquerra à Chicoutimi dans tout le Canada. Vous savez certainement que la Société canadienne des postes fait aussi partie d'autres consortiums internationaux et elle a la ferme intention d'exporter son savoir–faire à l'étranger, cela ne fait aucun doute.

Pour répondre plus précisément à votre préoccupation concernant le contenu canadien, je peux vous dire que 99,9 p. 100 de ce qui sera présenté par le système UBI sera canadien.

M. Lastewka: Permettez–moi d'adopter une autre approche. À mesure que notre société devient de plus en plus technique et électronique, nous faisons la distinction entre ceux qui connaissent bien la haute technologie, comme ma fille, et les autres. Moi, je ne peux même plus parler à ma fille; je dois passer par l'intermédiaire d'un ordinateur. Que faisons–nous pour ceux qui ne pourront peut–être pas suivre ce progrès technologique si rapide? Que fera ce système pour eux?

Mme Lalande: Comme vous l'avez dit vous–même, votre fille joue avec un ordinateur. Pourtant, moins de 30 p. 100 des foyers canadiens sont dotés d'un ordinateur; toutefois, 99,8 p. 100 des foyers canadiens ont plus d'un téléviseur. En l'occurrence, le médium est différent. Ce n'est pas parce que vous ajoutez, en quelque sorte, un cerveau à votre téléviseur qu'il se transformera en ordinateur hautement technologique. Les recherches menées dans le passé par Vidéotron sur ses services de base Vidéoway nous ont permis de constater que les utilisateurs qui se servaient de leur téléviseur pour faire autre chose que simplement regarder la télé n'ont jamais dit avoir découvert que Vidéoway avait transformé leur téléviseur en ordinateur. Le médium est le message.

Si vous utilisez votre téléviseur pour consulter des banques de données, vous ne travaillez pas dans un environnement de haute technologie. Vous êtes encore dans un milieu familier; la perception est donc tout à fait différente. Il n'y a alors plus de distinction entre ce qui est de la haute technologie et ce qui ne l'est pas. Il n'y a plus d'innovateurs.

Le président: Si je peux me permettre, monsieur Lastewka, j'aimerais poser une question complémentaire à la vôtre.

[*Texte*]

[*Traduction*]

• 1610

Yesterday David Ellis gave us some useful words, some concepts for understanding what we're up to here. He talked about what you do as transactional television. He made the distinction between consumers and citizens. I find it fascinating that as I went through your text

en français le mot «consommateur» et en anglais

"consumer" was predominant. I didn't hear—perhaps echoing Mr. Lastewka—the word

Canadiens, ni même Québécois.

I have two questions that arise out of this distinction between consumer and citizen. Is there any part of your consortium or its activities that, other than in a transactional way of dealing with the post office and the bank, transcends that? Perhaps I'm coming back to what Mrs. Tremblay was talking about. Is there anything that speaks either to ourselves as political citizens, or in a wider sense as cultural citizens? That is other than possibly the educational component, which might be, as it were, culture–specific or site–specific, although the examples you showed on the screen seemed to be more of a universal mathematical variety. That's the first question.

The second question is rather more vulgar. Who pays? How does this work? Do you take a little bit off every transaction? If there's to be UBI education, does the student pay for this? Is it a free good? Is it subsidized by the state?

Ms Lalande: To answer your first question regarding the distinction between consumers and citizens, the founding partners of UBI are going to pay to put in place an infrastructure that will allow users, like governments, like institutions, to take advantage of this universal platform. So as I said, the governments have to define their needs. If they want and if they intend to use this communication tool to educate citizens for anything, it's there. This is probably where the word "highway" comes from, you know.

The Chairman: Let me understand a couple of things. First of all, all of these transactions are done through the cable system. That's an important thing for us folks who are coming to grips with this. Secondly, if I understand your last answer, you don't deal with content. Content in every case is provided by some other party. You're not going to fret about UBI education. That will be somebody who wishes to take advantage of it. Is that correct?

Ms Lalande: As I said, it is going to be a sort of consortium, which initiated the Université du Québec à Montréal. So the persons who are used to dealing with these issues will continue to deal with these issues, but use an electronic highway to deliver their content to homes. So we're not going to let anybody use the system as they intend to do.

The Chairman: So they would pay a fee to the university, but they just choose a different method of delivery.

Ms Lalande: You've got it.

Hier, David Ellis nous a expliqué bien des choses et nous a aidés à comprendre les derniers développements dans le secteur. Il a parlé de ce que représente la télévision transactionnelle. Il a fait la distinction entre les consommateurs et les citoyens. J'ai remarqué avec beaucoup d'intérêt d'ailleurs que dans votre texte

in French you use the word "consommateur" and in English

«consumer» à maintes reprises. Cependant—pour reprendre un peu ce qu'a dit M. Lastewka—je n'ai pas entendu les mots

Canadians or even Quebekers.

J'aimerais vous poser deux questions qui portent sur la distinction entre le consommateur et le citoyen. Je sais qu'il y a une façon transactionnelle de faire affaires avec le bureau de poste et les banques, mais votre consortium, par ses activités ou d'autres façons, transcende–t–il ces activités? Je reviens peut–être à ce dont parlait M^me^ Tremblay. Votre consortium offre–t–il quelque chose qui vise les citoyens qui s'intéressent à la politique ou à la culture? Je ne parle pas simplement d'un volet éducation qui pourrait par exemple être axé sur une culture ou une région particulière, quoique les exemples que vous nous avez montrés à l'écran semblent être d'une nature plus universelle. C'est là ma première question.

Ma deuxième question est un peu plus grossière. Qui paie? Qui fait ce travail? Prélevez–vous un petit montant de chaque transaction? Dans le cas d'UBI–Éducation, est–ce que c'est l'étudiant qui paie? Est–ce gratuit? Est–ce subventionné par l'État?

Mme Lalande: Pour répondre à votre première question sur la distinction entre les consommateurs et les citoyens, les fondateurs de UBI paieront pour la création de l'infrastructure qui permettra aux utilisateurs, comme les gouvernements ou les institutions, d'avoir recours à ce service universel. Comme je l'ai dit, les gouvernements doivent définir leurs besoins. S'ils veulent utiliser ce moyen de communication pour éduquer les citoyens, ils peuvent le faire. C'est probablement pourquoi on a utilisé le terme «autoroute».

Le président: J'aimerais mieux comprendre ce que vous dites. D'abord, toutes ces transactions sont effectuées par l'entremise du système de câblodistribution. C'est un aspect important pour ceux qui doivent essayer de composer avec tous ces changements. Deuxièmement, si j'ai bien compris votre dernière réponse, vous ne vous occupez pas du contenu. Le contenu c'est la responsabilité, dans tous les cas, d'une autre partie. Vous n'allez pas vous inquiéter du volet UBI–Éducation. Ce sera plutôt la responsabilité de ceux qui veulent offrir ce service. Est–ce exact?

Mme Lalande: Comme je l'ai dit, il s'agira d'une sorte de consortium, comme celui qu'a mis sur pied l'Université du Québec à Montréal. Ceux qui s'occupent de ces affaires continueront de le faire, mais se serviront d'une autoroute électronique pour livrer leur contenu aux clients. Nous nous occuperons de l'utilisation du système et non pas du contenu.

Le président: Ils paieraient des frais de scolarité en quelque sorte à l'université, mais se servent simplement d'une méthode différente.

Mme Lalande: C'est exact.

[*Text*]

Le président: Un moment, s'il vous plaît.

We're apparently not to worry about the bell. If he's wrong, Mrs. Tremblay has tied down a considerable number of government members and performed a great service to her party.

C'est différé jusqu'à la semaine prochaine. Ah, les mystères du Parlement!

Ms Lalande: I'd like to come back to this issue of who will pay for what.

The Chairman: Right.

Ms Lalande: The access to the services will be free to the consumers. So there are no charges for the consumers to have access. If you compare it to the Minitel system, for instance, in France, as soon as you open the switch, the consumer pays something. This is not the case with the UBI system.

• 1615

The Chairman: So for the National Bank, Canada Post, Loto–Québec, Hydro–Québec and the multimedia services, the cost is free.

Ms Lalande: The access is free. Now if you decide to send letters to your friends instead of buying stamps to put on your envelopes, you might have to pay something to Canada Post.

The Chairman: There are no hook–up costs.

Ms Lalande: The access will be free.

The Chairman: All right, fine. That's helpful.

Mme Tremblay: On regarde ce que cela peut changer dans nos vies et les préoccupations que cela peut causer. On est tous maintenant assis dans nos maisons et vous avez l'ambition d'avoir bientôt deux millions d'abonnés à votre système. On dépose nos trucs à la banque, on paie nos comptes, on fait ceci et cela, mais il n'y a plus personne qui travaille. L'enseignement se fait par la télévision, il y a donc celui qui donnera le cours qui sera bon, il pourra travailler, mais tous les autres? On fait quoi avec tous les emplois qui vont disparaître? Je sais bien que cela va en créer de nouveaux pour installer ce système et travailler pour vous, mais on fait quoi avec tous les emplois qu'on élimine? Est–ce une préoccupation de votre compagnie?

Mme Lalande: Je pense que c'est une vision de l'esprit que de penser que l'arrivée d'une nouvelle technologie va faire complètement disparaître de la carte tout ce qui existait auparavant. Ce n'est pas parce que la radio est arrivée un jour qu'on a vu les journaux disparaître. Ce n'est pas parce que la télévision est arrivée un jour qu'on a vu et la radio et les journaux disparaître. Ce n'est pas parce qu'on a maintenant une autre façon de communiquer, qu'est l'électronique, qu'on verra tout le reste disparaître, qu'il n'y aura plus d'emplois, que le régime capitaliste s'effondrera. Je ne crois pas à cette vision de l'esprit.

Quand les guichets automatiques ont fait leur apparition, les banques n'ont pas répondu à une pétition que leur envoyaient leurs clients. Les banques tentaient de mieux servir leur clientèle. Elles ont réussi et elles vont continuer de vouloir améliorer leurs services à la clientèle.

[*Translation*]

The Chairman: Just a minute please.

On nous dit de ne pas nous inquiéter de la sonnerie. S'il se trompe, M^me^ Tremblay aura aidé son parti en assurant l'absence d'un bon nombre de députés ministériels.

It is postponed to next week. Ah, the wonders of Parliament!

Mme Lalande: J'aimerais revenir à la question des coûts d'utilisation.

Le président: Allez–y.

Mme Lalande: L'accès aux services ne coûtera rien aux consommateurs. Ils n'ont pas besoin de payer pour avoir accès. Si vous comparez ce système au Minitel, par exemple en France, dès que le consommateur allume, il paie. Ce n'est pas ce qui se passe avec le système UBI.

Le président: Ainsi, il n'en coûte rien pour avoir accès à la Banque nationale, à Postes Canada, à Hydro–Québec et aux services multimédias.

Mme Lalande: L'accès ne coûte rien. Si vous décidez cependant d'envoyer des lettres à vos amis de cette façon plutôt que d'acheter des timbres et de les coller sur les enveloppes, vous devrez peut–être payer quelque chose à Postes Canada.

Le président: Il n'y a aucun coût de raccordement.

Mme Lalande: L'accès sera gratuit.

Le président: Très bien. C'est bon à savoir.

Mrs. Tremblay: We are studying what this will change in our life and the kind of problems these new systems can create. Your goal is to have 2 million subscribers to your system. We make a deposit at the bank, we pay our bills, we do this and that, but nobody is working anymore. Courses are given through television, so the one who teaches will have a job, but what about the others? What are we going to do about all the jobs that will disappear? I know that some new jobs will be created to set up the system and to work for your outfit, but what do we do with all jobs that will disappear? Does that in any way worry your company?

Ms Lalande: I think that this is a way of looking at things, thinking that the arrival of a new technology will bring about the disappearance of anything that was there before. It is not because radio was created that newspapers disappeared. It is not because television was invented that both radio and newspapers disappeared. It is not because we now have a new way of communicating, the electronic way, that all the rest will disappear, that there will be no more jobs, that the capitalist regime will crumble. I do not see things that way.

When automatic tellers were installed, it was not because banks were answering a need pointed out by the customers, but they simply wanted to serve them better. They succeeded, and they will still try to improve services they give their clients.

[*Texte*]

Les gouvernements, à ce titre, vont devoir également regarder cela de très près, sans éliminer la fonction publique au complet pour autant, et voir comment ces nouveaux moyens de communication pourront améliorer leur façon de rendre service à la population.

Mme Tremblay: Je veux bien regarder cela dans cette perspective et c'est sûr que c'est toujours important de caricaturer pour que les gens puissent arriver à réaliser vers quoi on s'en va.

Il reste quand même que des journaux, on en a beaucoup moins qu'on en avait et ils ont tous de la difficulté à vivre. Ils sont rendus à un prix difficilement abordable. Les hebdos, ils sont obligés de nous les donner gratuitement et de les faire payer par la publicité car autrement, personne ne lirait les nouvelles régionales.

Quand la télévision a commencé, il y a eu une baisse du côté de la radio. On voit les difficultés dans lesquelles sont les radios actuellement et on n'a pas encore abordé la question des droits d'auteur. La télévision a terriblement nui à l'entreprise du cinéma.

L'Office national du film n'existe quasiment plus, il y a de gros problèmes de ce côté. On est obligé de couper, couper, couper. Radio–Canada va bientôt être obligé de couper, elle aussi. On a déjà d'ailleurs commencé à couper, mais il ne faut quand même pas penser non plus, et dire aux gens que cela n'aura pas d'effets. Cela aura des effets. Cela va faire énormément mal. Je pense qu'il faut aussi regarder cela comme il faut, des deux côtés de la médaille.

Mme Lalande: Je suis tout à fait d'accord avec vous. Cependant, vous dites que lorsque la télévision est arrivée, cela a fait mal au cinéma. Grâce à la télévision et au magnétoscope, aujourd'hui, tous les studios de cinéma du monde entier retirent plus de revenus de la location de cassettes, qui permettent aux gens de visionner les films à domicile sur leur écran de télévision, que de toutes les salles de cinéma mises ensemble.

Mme Tremblay: Le cinéma n'est plus abordable. Il n'y a personne qui a les moyens d'y aller.

Mme Lalande: Cela coûte 4$ pour louer une cassette à la maison, mais le cinéma vit toujours.

Mme Tremblay: Ça coûte cher, chez vous!

Mme Lalande: Le cinéma a survécu grâce au magnétoscope et aux vidéo clubs.

Le président: Il y a un prix spécial pour les cassettes à Rimouski!

Mme Lalande: Je veux simplement vous reprendre là–dessus car je pense qu'on a toujours sous–estimé le pouvoir que les consommateurs exercent sur les lois du marché. On sait tous que les magnétoscopes sont nés dans la tête des ingénieurs pour pouvoir permettre aux gens d'enregistrer des émissions télévisées, et les cinémas, les producteurs de films ont décidé d'utiliser ce nouveau moyen de distribution pour leur cinéma, et c'est ce qui les sauve aujourd'hui.

• 1620

Mme Tremblay: Il y a beaucoup de subventions gouvernementales. Enlevez Téléfilm, enlevez l'Office national du film et privatisez Radio–Canada, ce n'est pas évident que tout ce monde va vivre. On subventionne largement tout cela avec nos impôts. Si vous n'aviez pas eu de subventions en partant. . .

[*Traduction*]

As for governments, they will also have to look at this very closely but still keep services to the public, and decide how these new means of communication will improve service to the public.

Mrs. Tremblay: I'm willing to look at things in that way, and it is obvious that it is always important to somewhat exaggerate things so that people will be able to realize what might happen.

The fact remains that there are not as many newspapers as we had before, and all of them have financial problems. They cost an awful lot of money. Weeklies have to be distributed free and they are simply financed through the adds because otherwise nobody would read regional new.

When television started, there was a corresponding decrease of listeners for radio. We see the kind of problems radio stations are facing right now and we still have not dealt with copyright. Television did a lot of harm to the movie sector.

The National Film Board has practically disappeared, there's a lot of problems in that regard. We have to cut, cut, cut. CBC will soon have to decide on cuts. As a matter of fact cuts have already started, but you cannot think or tell people that there will be no downsize. There will be repercussions. It will hurt an awful lot. I think that we also have to take every single thing into account, study both sides of the issue.

Ms Lalande: I completely agree with you. However, I don't quite agree with you when you point out that television harmed the movie sector. It is thanks to television and the video machine, that today most movie companies the world over make more money through video rental, allowing people therefore to watch a movie at home on their television, than from movies being shown at the cinema.

Mrs. Tremblay: Nobody can afford to go to the movies anymore.

Ms Lalande: It costs $4 to rent a videotape to watch it at home, but still, the movie sector is still thriving.

Mrs. Tremblay: It is expensive at your place.

Ms Lalande: The movie sector survived thanks to the video recorder and to video clubs.

The Chairman: There's a special price for videocassettes in Rimouski!

Ms Lalande: I simply wanted to correct what you said because people always underestimated the influence of consumers on market forces. We all know that videos were thought up to allow people to record television programs at home, and that cinemas, film producers decided to use that new system as a means of distribution for their product; that is what is saving them today.

Mrs. Tremblay: There are a lot of government subsidies. If you remove Telefilm, the National Film Board, and privatize the CBC, you can't really be sure that everyone's going to survive. We subsidize a lot of these groups through our taxes. If you did not have as a start–up help subsidies. . .

[*Text*]

D'ailleurs, je voulais vous demander si Vidéotron a commencé à payer ses impôts? En 1991, il n'en payait toujours pas.

Le président: C'était la dernière question de M^me^ Tremblay ou son dernier commentaire. Nous avons deux questions brèves, je l'espère. Une de M^me^ Bakopanos,

and another one from Roger Gallaway.

Mme Bakopanos (Saint–Denis): Merci, monsieur le président. Merci pour cette présentation, madame Lalande.

Compte tenu du fait que je viens du Québec, en tant que députée, cela m'intéresse beaucoup au niveau de la langue. Il y a beaucoup de rumeurs dans les médias prédisant que, lorsque l'on introduira l'*information highway*, le français disparaîtra, pas au Québec, mais dans le reste du Canada parce que nous serons submergés par l'anglais ou l'américain.

Je suis intéressée de savoir quel effort vous allez faire pour vous assurer qu'il y a une accessibilité à des programmations francophones ou émanant de la France. Y a–t–il eu des efforts pour s'assurer qu'un consommateur peut avoir accès, dans les deux langues, à toute la programmation, à tous les services qui sont disponibles?

Mme Lalande: UBI étant un regroupement d'entreprises qui sont en contact quotidien avec leurs clientèles, il est évident que nous allons nous adapter au marché que nous desservons. Nous commençons dans la région du Saguenay—Lac Saint–Jean. Je pense que les services en anglais y auraient été tout à fait inutiles. Il est donc évident que dans cette région nous nous présentons avec une gamme de services en français. Après cette première étape, nous allons décider comment nous allons entamer les étapes subséquentes. Si c'était la région de Québec, fort probablement que nous continuerions d'offrir nos services en français, mais si ce devait être Montréal, il est évident qu'immédiatement, nous allons adapter nos services dans la langue de la clientèle.

Mme Bakopanos: Merci.

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): You made reference to the concept of UBI having a business directory. I wonder if you could tell me what that is all about.

Ms Lalande: It is the same concept as the yellow pages but instead of having a thick book, you will be able to flip pages electronically.

Mr. Gallaway: I assume that you would then be in competition with Bell or other groups.

Ms Lalande: For the listings, we will take a thematic approach. From the consumer's standpoint, it's going to be presented differently than the traditional yellow pages in alphabetical order.

Mr. Gallaway: Does it exist at the moment?

Ms Lalande: No, it will start in the fall of 1995.

Mr. Gallaway: Recently, I received at my apartment in Ottawa an alternate phone book for those who advertise outside of Bell. I don't quite understand it but in some way it's tied into this. It's quite an extensive service. Will your rates be more competitive, if I can put it that way, than those currently offered by Bell, or is it just an overlapping service?

[*Translation*]

I would like to ask you by the way if Vidéotron has started paying taxes? In 1991, it still wasn't paying any.

The Chairman: That was Mrs. Tremblay's last question or rather last comment. We have two more short questions I hope. The first one from Mrs. Bakopanos,

la dernière de Roger Gallaway.

Mrs. Bakopanos (Saint–Denis): Thank you, Mr. Chairman. I would like to thank you for your presentation, Ms Lalande.

Given the fact that I'm from Quebec and that I'm a member of Parliament, I'm very interested by any issue dealing with languages. There are a lot of rumours in the media pointing out that when the information highway is a fact, French will disappear, not in Quebec, but rather in the rest of the country because we will be invaded by English or American information.

I would like to know what you are going to do to ensure that there will be access to programming in French or from France. Have you made any efforts to make sure that a consumer can have access, in both languages, to the whole set of programs, to all services available?

Ms Lalande: UBI is a consortium of businesses that are in daily contact with their clients; it is obvious that we will adapt our services to the market. We will start in the Saguenay—Lac Saint–Jean region. I think that services in English would have been absolutely useless in that region. It is therefore obvious that in that area we will only present or offer our services in French. After that first step, we will decide how to go about offering more services. If it was the Quebec City area for example we would probably offer most of our services in French but if we were dealing with Montreal, it is obvious that we would have to adapt our services to the language and the needs of our clients.

Mrs. Bakopanos: Thank you.

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): Vous avez dit que UBI aurait un bottin d'affaires. Je me demande si vous pouvez m'en dire un peu plus long là–dessus.

Mme Lalande: C'est un peu comme les pages jaunes, mais au lieu d'avoir un livre épais, vous pourrez passer d'une page à l'autre par voie électronique.

M. Gallaway: Je suppose que vous livreriez dans ces circonstances concurrence à Bell Canada ou aux autres groupes.

Mme Lalande: Nous procéderons par thème. Du point de vue du consommateur, ce répertoire sera quelque peu différent des pages jaunes traditionnelles qui sont présentées par ordre alphabétique.

M. Gallaway: Ce répertoire existe–t–il déjà?

Mme Lalande: Non, il sera disponible à l'automne 1995.

M. Gallaway: Tout récemment, j'ai reçu à mon appartement d'Ottawa un bottin dans lequel figurent les noms de ceux dont les entreprises ne figurent pas dans le répertoire téléphonique de Bell Canada. Je ne comprends pas vraiment bien la question, mais j'ai cru comprendre que c'est un service assez général. Vos taux seront–ils plus concurrentiels, si je peux m'exprimer ainsi, que ceux qu'offre actuellement Bell Canada? S'agira–t–il simplement d'une répétition du service déjà offert par cette compagnie?

[*Texte*]

Ms Lalande: I have to say that I don't know exactly what you're talking about so it's quite difficult for me to compare anything with—

Mr. Gallaway: For example, if one advertises in your business directory, do you envision that the cost will be driven down or do you think that you will just be—

Ms Lalande: The cost for whom?

• 1625

Mr. Gallaway: The cost for those advertisers. I'm assuming that you're not going to operate a business directory at no charge.

Ms Lalande: For the consumer the access will be different.

Mr. Gallaway: Yes, but I'm now talking about the advertisers.

Ms Lalande: Yes, they will pay for having—

Mr. Gallaway: Will you be more competitive than Bell?

The Chairman: For the Yellow Pages.

Ms Lalande: Again, I would have to compare their fare with our fare. I don't know what their rate card is. If you ask me that question, I can work on this and come back to you with a detailed answer, but it is a business plan, and obviously if we are not competitive we won't attract advertisers.

Mr. Gallaway: The answer is yes.

The Chairman: I hate to bring the line of questioning to a close, but we have other guests. I want to thank Madam Lalande. And I would note for the eagle eye among you that Vidéotron is never far from our thoughts, because the Canadian Cable Television Association is appearing next, but

je regarde le nom de Guy Beaudry, du groupe Vidéotron Ltée, donc notre vie s'est «vidéotronisée». Merci bien.

Come on up. We'll change the cards and roll the dice. . . No, we won't do that. Never. Are you the captain of this team?

Mr. Ken Stein (President and Chief Executive Officer, Canadian Cable Television Association): In a manner of speaking.

The Chairman: Like herding cats?

Mr. Stein: If you have 800 members, you have 800 captains.

The Chairman: Right. Well, perhaps you could introduce your colleagues, and welcome to our deliberations. I think you know the context. We're doing almost a pre–study for what we're going to be doing in the fall, which is financing of the CBC in a multi–channel universe. We call this pre–study "Culture and the Information Highway", and we are hoping that you will help provide us with a context of the way in which technology is going to change the whole marketplace and the way of doing business in the future.

Mr. Stein: Well, we certainly welcome the opportunity to assist in that way.

[*Traduction*]

Mme Lalande: Je dois dire que je ne sais pas vraiment de quoi vous parlez, alors il est plutôt difficile pour moi de comparer notre bottin à. . .

M. Gallaway: Par exemple, si on fait mettre une annonce dans votre bottin, pensez–vous que les coûts baisseront ou croyez–vous plutôt que. . .

Mme Lalande: Les coûts de qui? Quels coûts?

M. Gallaway: Les coûts pour les annonceurs. Je présume que vous n'allez pas produire un bottin d'affaires gratuitement.

Mme Lalande: Pour le consommateur, l'accès sera différent.

M. Gallaway: Oui, mais je parle des annonceurs.

Mme Lalande: Oui, ils devront payer pour que. . .

M. Gallaway: Vos prix seront–ils plus concurrentiels que ceux de Bell?

Le président: Que les Pages jaunes.

Mme Lalande: Encore une fois, il me faudrait pouvoir faire la comparaison. Je ne sais pas quelle est leur carte de tarif. Si vous me posez cette question, je peux faire la recherche et vous fournir une réponse détaillée. Mais il s'agit bien d'un plan d'affaires et de toute évidence, si nous ne sommes pas concurrentiels, nous n'attirerons pas d'annonceurs.

M. Gallaway: Vous répondez donc: oui.

Le président: Je regrette d'avoir à mettre fin aux questions, mais nous avons d'autres invités. Je remercie M^me^ Lalande. Pour ceux d'entre vous qui ont un bon sens de l'information, je vous signale que Vidéotron est près de nos coeurs et de nos yeux puisque l'Association canadienne de la télévision par câble est notre prochain témoin.

I see the name of Guy Beaudry, from "Vidéotron Limitée". Our life has "videotronised". Thank you.

Venez vous asseoir. Changeons de cartes et lançons les dés. . . Mais non, voyons. Êtes–vous le chef de cette équipe?

M. Ken Stein (président et chef de la direction, Association canadienne de télévision par câble): D'une certaine façon, oui.

Le président: C'est comme diriger un troupeau de chats?

M. Stein: S'il y a 800 membres, il y a 800 chefs.

Le président: Je comprends. Vous pourriez peut–être nous présenter vos collègues. Bienvenue à nos délibérations. Vous connaissez le contexte: nous faisons un pré–examen en prévision de nos travaux de l'automne sur le financement de Radio–Canada dans le contexte d'un univers à canaux multiples. Nous appelons ce pré–examen l'«Étude sur la culture et l'autoroute de l'information»et nous espérons que vous nous aiderez à comprendre comment la technologie va changer l'ensemble du marché et la façon d'exploiter une entreprise dans ce marché.

M. Stein: Nous sommes certainement ravis d'avoir l'occasion de vous aider ainsi.

[*Text*]

My name is Ken Stein. I am president and chief executive officer of the CCTA, or the Canadian Cable Television Association. With me today is Barbara Stanley, who represents New Brunswick on the board of the CCTA and is a member of the small systems committee of the CCTA—in fact, a chairman of one of the committees of that effort that we have. As well, we have with us Guy Beaudry, as you mentioned before, Mr. Chairman. He is vice–president of Le Groupe Vidéotron and a member of the board of the CCTA and of the Association des câblodistributeurs du Québec. Also accompanying us today are Miss Elizabeth Roscoe, senior vice–president, public affairs and regulatory development, and Mr. Michel Eric, senior vice–president, technology and telecommunications. Both Elizabeth and Michel are members of the association staff.

We have a few preliminary remarks, if you would permit, Mr. Chairman. I will try to keep them brief in order to allow for a substantive discussion period. We have distributed our full remarks, so I'll try to take approximately ten minutes. We will do that to try to give you an overview.

Je tiens à remercier le Comité de nous avoir donné la chance de lui adresser la parole à l'occasion de cet examen de la convergence de la téléphonie et de la câblodistribution et de ses répercussions sur la culture canadienne.

Permettez–moi, tout d'abord, de vous fournir certaines données de base au sujet du câble. Il y a, actuellement au Canada, plus de 7,7 millions d'abonnés à la télévision par câble, ce qui représente à peu près 20 millions de téléspectateurs.

• 1630

Dans chacune de vos circonscriptions, il y a au moins une entreprise de câblodistribution qui dessert la population. Il y a, au Canada, plus de 2 000 câblodistributeurs qui apportent la télévision par câble à des petites collectivités pouvant compter à peine 100 résidants ou à des secteurs où il y a plus de 200 000 abonnés.

En 1992, l'industrie employait plus de 9 000 personnes. Des câblodistributeurs ont déjà investi deux milliards de dollars, au cours des cinq dernières années, pour moderniser le réseau de câblodistribution. L'industrie se propose de consacrer entre six et dix milliards de dollars à la modernisation de ses installations et de ses réseaux, d'ici la fin de la décennie. Elle sera alors en mesure d'offrir toute la gamme de services aux foyers privés, aux entreprises et aux institutions.

This week the cable industry is proud to welcome 10 new partners to the cable–delivered television programming services. The CRTC licensed six English and two French specialty services, as well as two pay services, for Canadian consumers. This decision is the single largest boost to Canadian content in the history of Canadian broadcasting. These services will be valuable additions to our cable systems across Canada.

These services will be added to the list of 21 successful programming services our industry has launched in partnership with Canadian program suppliers and services in the last decade. We are very proud of the fact that YTV, MuchMusic, CBC Newsworld and Canal Famille, to name just a few, have set the trend for the industry in attracting Canadian viewers to Canadian choices.

[*Translation*]

Je suis Ken Stein. Je suis président et chef de la direction de l'ACTC, l'Association canadienne de télévision par câble. Voici Barbara Stanley, qui représente le Nouveau–Brunswick au conseil de l'ACTC et qui est membre du Comité des petits systèmes. En fait, elle préside l'un des comités qui travaillent là–dessus. Vous l'avez dit plus tôt, monsieur le président, Guy Beaudry nous accompagne également; il est vice–président du Groupe Vidéotron et membre du conseil de l'ACTC et de l'Association des câblodistributeurs du Québec. Nous avons également avec nous M^me^ Elizabeth Roscoe, vice–présidente principale responsable des Affaires publiques et de la Réglementation, et M. Michel Eric, vice–président principal responsable de la Technologie et des Télécommunications. Elizabeth et Michel font partie du personnel de l'association.

Si vous le permettez, monsieur le président, nous allons d'abord faire quelques commentaires. J'essaiera d'être bref pour laisser le plus de temps possible à la discussion qui suivra. Comme nous vous avons remis le texte complet de nos commentaires, j'essaiera de nous limiter à environ dix minutes. Vous aurez ainsi un aperçu de ce que nous avons à dire.

We very much appreciate the opportunity to appear before your committee as you examine the issues of cable and telephone convergence and their impact on Canadian culture.

First, let me give you some basic cable facts. Currently, there are approximately 7.7 million cable households in Canada, representing over 20 million cable viewers.

In each of your constituencies, you have at least one cable company delivering service to your constituents. There are over 2,000 systems in Canada that deliver cable television services to communities as small as 100 residents to more than 200,000 subscribers.

In 1992, the industry employed more than 9,000 people. Cable has already invested $2 billion over the last five years to upgrade cable networks. The industry plans to spend $6 to $10 billion in this decade to further upgrade the cable plant and network. The cable industry will be in a position to provide full broadband service to homes, businesses and institutions.

Cette semaine, les câblodistributeurs sont ravis d'accueillir dix nouveux partenaires des services de programmation télévisée distribués par câble. Le CRTC a accordé des licences à six services spécialisés en anglais et deux en français, ainsi qu'à deux services payants. Cette mesure est celle qui fera le plus la promotion du contenu canadien, de toute l'histoire de la radiodiffusion canadienne. Ces services seront des ajouts précieux pour nos réseaux de câblodistribution.

Ils s'ajouteront à la liste des 21 populaires services de programmation que notre industrie a lancés, en collaboration avec les fournisseurs canadiens d'émissions et de services, depuis dix ans. Nous sommes très fiers du fait que YTV, MuchMusic, CBC Newsworld et Canal Famille, parmi d'autres, aient servi de modèles à l'industrie en attirant les téléspectateurs canadiens avec des produits canadiens.

[*Texte*]

The cable television industry is also known as the world leader in the development of cable technology. We were involved in the first stages of the development of cable television in the United States, we are the pioneers in the United Kingdom, and the fibre-ring architecture developed by the Canadian cable television industry is now considered to be the design of the future for all broadcasting and telecommunications networks.

Today my colleagues and I would like to cover three issues: cable's contribution to the broadcasting system; cable's vision of the future communications environment; and cable's vision of the information highway and the reality of that highway.

The cable television industry in Canada supports the broadcasting system and its participants in the following ways. The first is priority carriage of local broadcast signals. Second is expanded signal coverage. We provide coverage for broadcasters in other areas, bringing them into larger metropolitan areas such as Toronto or even Ottawa, expanding their audience base and expanding the choice of Canadians in those communities.

The third way is simultaneous substitution whereby we put Canadian-supplied versions of the programs over American versions of the programs, which the CAB estimated a number of years ago to be worth $100 million a year to the Canadian broadcasting system. The cable television program production fund, which we proposed last year at the CRTC hearings, is valued at between $100 million and $300 million.

There is the community channel, which has become a crucially important means of communication in your communities. The pay and specialty services—and as I've indicated, it's 21 with now another 10—we think have really made us as Canadians turn the corner in television production.

Finally, in terms of copyright royalties, we spend close to $50 to $60 million a year paying for the program rights we use.

These contributions are structured to ensure that the Canadian broadcasting system is strengthened by cable's delivery of programming services. This brings financial strength to the production community and to creators in Canada.

Many of you will have noticed in the recent CRTC licensing decision that the CRTC has estimated that the licensing of these 10 new services will add over $518 million to the Canadian production industry over a six-year period. Financing of Canadian production will also be assisted by the cable program production fund, to start in January 1995, which will add over $200 million over a five-year period. The individual production funds of Rogers Communications, Maclean Hunter, Shaw Communications and Cogeco, as well as the production efforts of Vidéotron and CF Cable in Quebec have made and will continue to make important contributions to the strengthening of Canadian television production.

• 1635

I'd like now to have Guy Beaudry address the future of our communications environment.

[*Traduction*]

L'industrie de la télévision par câble est également un chef de file mondial au niveau de la technologie. Nous étions là pour les premiers pas de la télévision par câble aux États-Unis, nous étions des pionniers au Royaume-Uni et l'anneau de fibre sur fil mis au point par l'industrie canadienne est maintenant considéré comme la voie de l'avenir pour tous les réseaux de radiodiffusion et de télécommunication.

Mes collègues et moi-même voudrions vous parler aujourd'hui de trois sujets: la contribution du câble au réseau de communication; la vision qu'a notre industrie de l'avenir du monde des communications et finalement, notre vision de l'autoroute de l'information et ce qu'elle sera en réalité.

L'industrie de la télévision par câble au Canada donne son appui au réseau de diffusion et à ses participants de diverses façons. Premièrement, elle donne la priorité à la diffusion des signaux locaux. Deuxièmement, elle augmente la portée des signaux. Nous offrons donc aux diffuseurs une couverture de signal jusqu'à d'autres régions, ce qui les rapproche des zones métropolitaines comme Toronto, même Ottawa, et augmente leur auditoire de base tout en permettant un choix plus vaste aux Canadiens vivant dans ces collectivités.

Troisièmement, elle fait la substitution de signaux identiques, en diffusant des versions canadiennes simultanément avec les versions américaines d'une émission. Il y a quelques années, l'Association canadienne des radiodiffuseurs a évalué que ce service valait pour le réseau de radiodiffusion canadien plus de 100 millions de dollars par an. La valeur du fonds de production d'émissions de télévision que nous avons proposé l'an dernier aux audiences du CRTC pourrait être de 100 millions à 300 millions de dollars.

Nous offrons également des canaux communautaires qui sont devenus pour nos collectivités un moyen de communication crucial. Les services spécialisés et la télévision payante qui étaient au nombre de 21 et auxquels dix se sont ajoutés, ont vraiment été un point tournant pour la production télévisuelle canadienne.

Enfin, pour ce qui est des droits d'auteur, nous dépensons de 50 à 60 millions de dollars par année en droits de diffusion.

Ces contributions sont organisées de telle sorte que le réseau de téléradiodiffusion canadien se trouve renforcé par la distribution d'émissions par câble. Cela assure la santé financière des producteurs et des créateurs au Canada.

Nombre d'entre vous ont remarqué sans doute que le CRTC estime que l'octroi de licences aux dix nouveaux services représentera plus de 518 millions de dollars en six ans pour l'industrie canadienne de la production. Le financement des productions canadiennes sera également favorisé par le fonds de production d'émissions de télévision des câblodistributeurs, qui sera lancé en janvier 1995 et qui injectera dans l'industrie 200 millions de dollars en cinq ans. Les fonds de production particuliers de Rogers Communications, Maclean Hunter, Shaw Communications and Cogeco, ainsi que le travail de production de Vidéotron et de CFCAV, au Québec, représentent et représenteront des contributions importantes au renforcement de l'industrie canadienne de la production télévisuelle.

Je laisse maintenant Guy Beaudry vous parler de l'avenir du secteur des communications.

[*Text*]

M. Guy Beaudry (vice–président, Affaires corporatives, Groupe Vidéotron Ltée): Ayant été témoin de l'évolution du milieu de la radiodiffusion et des communications ces dernières années, nous en sommes venus à la conclusion, en tant qu'industrie, que ce phénomène ne dénote pas seulement une nouvelle orientation mais est en fait une véritable révolution de la télévision et de tous les médias.

Nous avons constaté qu'il faudrait transformer la télédistribution d'un service local de portée géographique limitée en une industrie nationale travaillant main dans la main avec les télédiffuseurs et les fournisseurs de services de programmation. Cette alliance du contenu et des services aura une incidence déterminante sur notre capacité de répondre aux besoins et aux désirs de nos abonnés.

En tant qu'industrie, nous avons pris une décision d'importance principale. Bien que nous ayons été poussés à agir par l'évolution de la technique, nous savons que la force de toute cette activité est le consommateur, son désir d'avoir plus de choix, de recevoir des émissions et des services de qualité et d'avoir accès à des produits novateurs. C'est pourquoi qu'en tant qu'industrie, nous avons connu du succès. C'est aussi le fondement de notre stratégie. Nous avons une vision claire, nous avons choisi la bonne orientation et nous prenons dès aujourd'hui les moyens d'agir.

Notre stratégie repose sur six grands éléments. D'abord, l'adressabilité universelle. Deuxièmement, l'universalité du service. Troisièmement, le perfectionnement constant de nos réseaux par l'installation de la fibre optique, l'intégration de la compression vidéonumérique de l'image et l'exécution de nouveaux projets. Quatrièmement, l'interconnection de nos réseaux à l'échelle nationale. Cinquièmement, de nouvelles alliances avec les services de programmation et les producteurs d'émissions, et enfin, un engagement à maintenir un système distinctement canadien car, à notre avis, être Canadien est un avantage concurrentiel. Nous avons une stratégie et elle se fonde sur le consommateur. Elle se résume donc à offrir au consommateur des services nouveaux et novateurs. Nous avons d'ailleurs commencé à le faire.

Mr. Stein: I will now ask Barb Stanley to address how we see the future of the electronic highway.

Ms Barb Stanley (Canadian Cable Television Association): The cable television industry sees the electronic highway as a tremendous opportunity for consumers, for content producers and for Canada's economy. The cable industry has invested significant resources and manpower to seek consumer reaction. Let me highlight for you a few of these initiatives.

Interactively, a consortium including La Banque Nationale, Hydro–Québec, Lotto Québec, Canada Post, Vidéotron and the Hearst Corporation will provide a wide range of fully interactive multimedia services directly to homes in Chicoutimi by the fall of 1995. UBI, as it's come to be known, will offer consumers a preview of the first electronic highway to the home. For the cable industry in Canada, this is an innovative, challenging and exciting project with major cost–effective consumer benefits.

[*Translation*]

Mr. Guy Beaudry (Vice–President, Corporate Affairs, Groupe Vidéotron Ltée): In the past few years as we have looked at the changing broadcasting and communications environment, we decided that as an industry this whole phenomenon was not just a shift in direction, this was a revolution in television, in all of the media.

We recognized cable would have to be reinvented from a local, geographically divided service to a national industry that worked in partnership with broadcasters, programming services; an alliance of content and services that will be crucial to our success in meeting the needs and wants of our consumers.

As an industry, we also made a crucial and important decision, that while we may have been driven to action by technology, we have recognized that what is behind all of this is the consumer: the consumer's demand for choice, the consumer's demand for quality programming and service; and the consumer's demand for innovative products. This is why, as an industry, we were so successful. It is the basis of our strategy. We have a clear vision, we have chosen the right direction and we are now finding the necessary means of action.

Our strategy rests on six key elements. First, universal addressability. Second, universal service. Third, to continue to move forward with enhancements to our systems, including the deployment of fibre, the introduction of digital video compression and new initiatives. Fourth, national interconnection. Fifth, the development of new partnerships, to work together with program services and program producers and finally, a commitment to maintain a distinctly Canadian broadcasting system because we believe being Canadian is a competitive advantage. We have a strategy. It is based on the consumer. It is based on offering the consumer new and innovative services. We have already begun the application of this strategy.

M. Stein: Je vais maintenant demander à Barb Stanley de vous parler de notre vision de l'avenir de l'autoroute électronique.

Mme Barb Stanley (Association canadienne de télévision par câble): Selon l'industrie de la câblodistribution, l'autoroute électronique est une excellente chose pour les consommateurs, pour les producteurs de contenu et pour l'économie canadienne. Les câblodistributeurs ont consacré des ressources considérables pour connaître la réaction des consommateurs. Laissez–moi vous présenter quelques–unes de nos initiatives.

Interactivement, un consortium regroupant la Banque nationale, Hydro–Québec, Loto–Québec, la Société canadienne des postes, Vidéotron et la Société Hearst mettra un vaste assortiment de services multimédias, entièrement interactifs, à la portée directe des abonnés du câble à Chicoutimi, d'ici l'automne 1995. Ce projet, appelé le projet UBI, donnera aux consommateurs, à la maison, un aperçu de l'autoroute électronique. Pour les câblodistributeurs au Canada, il s'agit d'un projet innovateur, ambitieux et enthousiasmant comportant de nets avantages pour le consommateur au chapitre des coûts.

[*Texte*]

HITS, or Head in the Sky, is a consortium of Shaw Communications, Rogers Communications, Astral, JLL Broadcasting Group and CF Cable TV. This group has formed to pioneer cable's satellite distribution company to provide pay-per-view services for all cable operators, including small systems in Canada, a positive competitive challenge to DBS U.S.-based services.

As you know, and probably you recently saw in *Maclean's* magazine, Rogers has announced plans to license Microsoft's Tiger software to help fund the information highway. The software will enable Rogers and other cable systems to transform cable operations into interactive, multimedia networks.

Initiative is not diminished by size and not limited to major operations in major Canadian centres. In New Brunswick, a Canadian cable member, Fundy Cable, has arrived at an agreement with Unisys Canada to work on new approaches to network services and to much-needed distance learning for cost-effective delivery of education, not only in the province of New Brunswick but for outside the province as well.

[*Traduction*]

La tête de ligne satellisée HITS a été créée par un consortium réunissant Shaw Communications, Rogers Communications, Astral, le JLL Broadcasting Group et CF Cable TV. Ce groupe s'est formé en compagnie de distribution satellisé pour le câble afin de permettre à tous les câblodistributeurs, même les plus petits réseaux canadiens, d'ajouter la télé à la carte à leur gamme de services. Il pourra ainsi mieux concurrencer les services américains de télévision directe par satellite.

Vous savez sans doute, pour l'avoir lu dans la revue *MacLean's*, que Rogers a annoncé un projet d'acquisition sous licence du logiciel Tiger de Microsoft, qui l'aidera à se tailler une place sur l'autoroute de l'information. Le logiciel permettra à Rogers de transformer son service de câblodistribution en un réseau interactif multimédia.

L'esprit d'initiative n'est pas limité par la taille d'une entreprise et ne se manifeste pas uniquement dans les grandes entreprises des grands centres du pays. Au Nouveau-Brunswick, un de nos membres, Fundy Cable, a conclu une entente avec UNICAS Canada afin de trouver comment améliorer les services des réseaux et la formation à distance si nécessaire pour en assurer la rentabilité, non seulement au Nouveau-Brunswick mais également dans les autres provinces.

• 1640

Mr. Stein: Thank you.

Mr. Chairman, related to the discussions concerning information highway is the whole issue of the entry of telcos into broadcasting services. I would be remiss if I did not put on the record the cable television industry's views on this issue.

Recently the media reported that the government was considering issuing a discussion paper that would signal telecommunication's entry into the delivery of broadcasting services. In our view, such recommendations are both premature and indeed do not take into account the objectives of the Broadcasting Act created by Parliament to strengthen Canada's cultural identity.

The cable television industry has been a strong proponent of the Broadcasting Act, which seeks to establish a balance between support for strengthening Canadian cultural identity through regulation and allowing a truly competitive broadcasting system.

Canada is the envy of many international jurisdictions, that are constantly struggling to establish this balance. Before dismantling the broadcasting system, we would submit that a full understanding of the broadcasting system and its benefits be examined. In both the United States and in the United Kingdom, the industry structures have been examined and structural changes put in place prior to moving to a competitive environment.

Finally, we are of the view that the Minister of Canadian Heritage should, with his cabinet colleagues, be made fully aware of all the options available prior to reaching any recommendations. In other words, open consultation and discussion will provide the most appropriate public policy response, and we should note that we do think the government has in fact put in place such counsels and processes, and we very much support them.

M. Stein: Merci.

Monsieur le président, les discussions concernant l'autoroute électronique font intervenir toute la question de l'entrée des télécommunications dans les services de radiodiffusion. On ne me pardonnerait pas de ne pas faire connaître les vues de l'industrie de la télévision par câble sur cette question.

La presse rapportait récemment que le gouvernement s'apprêtait à publier un document de discussion qui annoncerait l'entrée des télécommunications dans la prestation des services de radiodiffusion. À notre avis, de telles recommandations sont prématurées et ne prennent pas en compte les objectifs de la Loi sur la radiodiffusion que le Parlement a adoptée pour consolider l'identité culturelle du Canada.

L'industrie de la télévision par câble a applaudi à l'adoption de la Loi sur la radiodiffusion qui visait à établir un équilibre entre la consolidation de l'identité culturelle canadienne par la réglementation et le développement d'un système de radiodiffusion authentiquement compétitif.

Le Canada fait l'envie de plusieurs pays qui cherchent aussi à établir cet équilibre. Avant de démanteler le système de radiodiffusion, il importe à notre avis de bien comprendre le système de radiodiffusion et d'examiner ses avantages. Tant aux État-Unis qu'au Royaume-Uni, on s'est assuré d'examiner les structures de l'industrie et de mettre en place les changements structurels voulus avant d'établir un cadre compétitif.

Enfin, nous sommes d'avis qu'il faut faire connaître au ministre du Patrimoine canadien, ainsi qu'à ses collègues du Cabinet, toutes les options qui s'offrent à eux avant de faire la moindre recommandation. Autrement dit, c'est par des consultations et des discussions ouvertes qu'on articulera la politique gouvernementale voulue, et nous constatons que le gouvernement a en effet mis en place le cadre de consultation qu'il fallait et nous lui en savons vivement gré.

[*Text*]

In closing, let me say that the cable television industry is prepared to offer cable consumers the best that Canada and the rest of the world has to offer. That is our commitment.

We would be very pleased to answer any of your questions, and look forward to not only our discussion today but over the coming time, as your committee continues its deliberations. Thank you.

The Chairman: Thank you very much for that overview. I very much suspect that we'll be seeing you in the fall, in more detail, as we come to understand these very challenging, stimulating and intellectually demanding interconnections, if I may use that appropriate term.

Madame Tremblay.

Mme Tremblay: Bonjour messieurs, madame. Je suis contente que vous soyez bien entourés, monsieur le président. Cela fait plaisir de voir qu'il y a des femmes dans votre organisation qui atteignent des niveaux intéressants. Je vous en félicite.

The Chairman: The record will note, bravo!

Mme Tremblay: Attention, avec «bravo».

Le président: «Bravo» est un mot un peu spécial.

Mme Tremblay: Oui, j'allais justement en parler. Ma première question est pour M. Beaudry. J'allais ajouter dans mon commentaire qu'on voit bien que l'autoroute électronique, c'est pour l'avenir lorsque l'on voit les jeunes personnes qui sont autour de la table pour défendre ce dossier.

Dans un article que reportait *La Presse* le 25 mai dernier, je cite le président de votre compagnie, M. Chagnon:

> . . .le CRTC ne peut rejeter la demande de licence du projet Chapiteau, sans remettre en cause la primauté du modèle canadien de radiodiffusion.
>
> S'ils réfutent Chapiteau, cela revient à dire «Nous ne croyons plus au système canadien, ce n'est pas vraiment important. . .»

Maintenant que le CRTC n'a pas entendu ces bons échos, comment vous sentez–vous avec la licence qui a été accordée?

M. Beaudry: C'est un peu délicat de répondre. Je vais répondre très brièvement en vous disant que nous sommes évidemment un peu étonnés que le CRTC n'ait pas cru bon d'octroyer une licence de télé à la carte en français pour mieux servir les francophones du pays qui, je crois, unanimement, avaient fait valoir au Conseil qu'il s'agissait là d'un produit qu'ils souhaitaient.

Mme Tremblay: Je ne veux pas vous mettre inutilement dans l'embarras.

M. Beaudry: Non. Cependant, je termine là en disant que les délais d'appel ne sont toujours pas écoulés, donc je préférerais en rester là.

• 1645

Mme Tremblay: C'est ce que j'allais vous dire. Vous avez bien raison. D'ailleurs j'aurais dû y penser moi–même. J'allais vous demander si vous aviez l'intention d'écrire au ministre qui a fait un appel, en Chambre, à tous ceux qui veulent contester. Il y a donc deux façons de demander au ministre d'intervenir. Il peut intervenir au cabinet ou aller en appel.

[*Translation*]

En terminant, permettez–moi de dire que l'industrie de la télévision par câble est disposée à offrir aux abonnés du câble les meilleurs services que le Canada et le reste du monde ont à offrir. Tel est l'engagement que nous prenons.

Nous serons très heureux de répondre à vos questions, et nous suivrons avec intérêt non seulement les discussions qui auront lieu aujourd'hui et dans les jours à venir, mais aussi tous les travaux de votre comité. Merci.

Le président: Merci beaucoup. J'imagine que nous nous reverrons plus longuement à l'automne et que nous saisirons alors beaucoup mieux ce réseau d'interconnexions, si on me passe l'expression, qui présente des possibilités fascinantes et stimulantes pour l'esprit.

Mrs. Tremblay.

Mrs. Tremblay: Good day, lady and gentlemen. I am glad to see that you are well surrounded, Mr. President. It's nice to see that there are women in your organization who do attain interesting positions. I commend you for that.

Le président: On lira dans le procès–verbal: Bravo!

Mrs. Tremblay: Now be careful wih that "Bravo".

The Chairman: "Bravo" has a different connotation in this context.

Mrs. Tremblay: Yes, I was going to mention it. My first question is for Mr. Beaudry. I was about to comment further that it is obvious that the information highway is the thing of the future since we see a lot of young people around the table who are here to discuss that issue.

In an article published by *La Presse* on May 25th, the president of your company, Mr. Chagnon, said and I quote:

> . . .the CRTC cannot reject the licence application for the project Chapiteau without calling into question the supremacy of the Canadian broadcasting model.
>
> If they reject Chapiteau, it's like saying: "We no longer believe in the Canadian system, it is no longer really important. . ."

Since the CRTC has not heard these favourable echoes, how do you feel about the licence that was granted?

Mr. Beaudry: It is somewhat difficult to answer. I will respond very briefly by saying that we are of course a little bit surprised that the CRTC would not grant a pick–and–pay television licence in French to better serve the francophones of this country who, I believe, had unanimously expressed the view to the council that this was a product that they wanted.

Mrs. Tremblay: I don't want to embarrass you needlessly.

Mr. Beaudry: No However, I will close here by saying that we haven't yet reached the appeal deadlines, so I would rather not comment any further.

Mrs. Tremblay: That's what I was going to say. You are perfectly right. Indeed I should have thought of it myself. I was going to ask you if you intended to write to the Minister who invited, in the House, all those who are against that decision to make their views known. There are then two ways to ask the Minister to intervene. He can intervene at the Cabinet level or appeal the decision.

[*Texte*]

Maintenant, vous, les câblodistributeurs, vous devez être bien contents. Je vois que vous vous réjouissez qu'on vous donne six canaux de plus. Je n'arrive pas tout à fait à faire le même décompte que vous quant aux deux canaux français spécialisés. Il n'y en a qu'un canal français spécialisé, soit *Arts et Divertissements*, d'Astral.

M. Beaudry: Et le réseau d'information continue de Radio–Canada.

Mme Tremblay: Lui, il faut le payer, il est payant.

M. Beaudry: Les deux sont payants.

Mme Tremblay: Les deux seront payants, de toute façon.

M. Beaudry: Les deux sont des services spécialisés.

Mme Tremblay: D'accord. Vous dites qu'on en aura six en anglais, deux en français, et deux *pay service for Canadian consumers*. C'est quoi, ces deux–là?

M. Beaudry: La télé–payante. Il s'agit de *MOVIEMAX* et *Classics Channel.*

Mme Tremblay: D'accord, parfait. Maintenant, vous êtes satisfaits de cela, car ça vous permettra d'agrandir l'offre à votre clientèle, si je comprends bien.

M. Beaudry: C'est exact. Cela permet d'offrir aux téléspectateurs canadiens davantage de contenu canadien et de contrer ainsi, tant bien que mal, la concurrence américaine qui est à nos portes par le biais notamment du satellite de diffusion directe de *Direct TV* et de. . .

Mme Tremblay: Cependant, avec Bravo, d'après ce qu'on a vu dans les journaux, vous n'offrirez pas beaucoup de contenu canadien puisqu'il n'y en aura que 30 p. 100, et ce qu'on va nous présenter, c'est 70 p. 100 de troisième zone de productions américaines, dépassées largement depuis 30 ans.

Comment allez–vous vous organiser avec les droits d'auteur, surtout les droits voisins? C'est quoi votre position là–dessus, en tant que câblodistributeurs?

M. Beaudry: En matière de droits d'auteur, l'industrie du câble a une position très claire. Elle l'a exprimée depuis bien avant janvier 1990 d'ailleurs, date à laquelle la Loi sur le droit d'auteur a été modifiée par le biais de l'Accord de libre–échange avec les États–Unis.

La position est assez simple: nous sommes d'avis qu'une rétribution juste et équitable des ayants droit doit être prévue et mise en place par la Commission du droit d'auteur. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle nous avons, au cours des dernières années, et continuons d'ailleurs à nous présenter devant la Commission du droit d'auteur pour s'assurer qu'une juste rétribution soit adjugée par la Commission.

M. Stein a fait allusion à des sommes totalisant environ 50 à 60 millions de dollars annuellement qui sont versées par les câblodistributeurs canadiens aux ayants droit. Il s'agit là, je crois, d'une contribution fort substantielle.

Mme Tremblay: Quand vous utilisez les ayants droit, est–ce que ce sont les auteurs directs ou vous incluez là–dedans les droits voisins?

[*Traduction*]

Now, you, the cable television industry, you must be very happy. I see that you are happy to get six more channels. But your calculations and mine do not jive with regards to the two specialized French channels. There is only one specialized French channel, *Arts et Divertissements*, from Astral.

Mr. Beaudry: And there is the continued information network from Radio–Canada.

Mrs. Tremblay: But that one, we must pay for it, that's a pay channel.

Mr. Beaudry: Both are pay channels.

Mrs. Tremblay: Both are pay channels anyway.

Mr. Beaudry: Both are specialized services.

Mrs. Tremblay: Alright. You are saying that we will have six in English, two in French, and two *services payants pour les consommateurs canadiens*. What are these two?

Mr. Beaudry: Pay TV. That's *MOVIEMAX* and *Classics Channel.*

Mrs. Tremblay: Alright, fine. Now you are happy with this, because this enables you to increase the services you can offer to your consumers, if I get this right.

Mr. Beaudry: That is correct. We will be able to offer more Canadian content to Canadian television viewers and thus hold in check, as much as we can, the American competition which is right at our door, namely through the direct broadcasting satellite from Direct TV and from. . .

Mrs. Tremblay: However, through *Bravo*, according to the media reports, you will not be offering much Canadian content since there will be only 30%, and that what we will get, is 70% of third–rate American productions, which were already outmoded 30 years ago.

So how will you manage with copyrights, especially with neighboring rights? What is your position on this as the cable television industry?

Mr. Beaudry: With regards to copyrights, the cable industry has a very clear position. It was expressed well before January 1990, if I may add, when the Copyright Act was amended through the free trade deal with the United States.

Our position is quite simple: we are of the view that a just and equitable compensation of the claimant must be provided and put in place through the Copyright Board. It is indeed for that reason that we have pressured, over the past years, and that we will indeed continue to pressure the Copyright Board to make sure that the Board provides a just compensation.

Mr. Stein referred to sums totalling around $50 to 60 million yearly which are paid by Canadian cable companies to the claimants. That is, in my view, quite a substantial contribution.

Mrs. Tremblay: When you use the word "claimant", are you referring to the direct authors or do you include here the neighboring rights?

[*Text*]

M. Beaudry: La loi actuelle prévoit la rétribution des ayants droit en fonction d'un régime bien précis.

Mme Tremblay: Oui, par rapport à la loi. Cependant, vous savez que la loi est en révision et qu'il est fortement question d'y inclure les droits voisins. Vous réagissez comment aux droits voisins?

M. Beaudry: Il faudra voir jusqu'à quel voisin on doit se rendre.

Le président: Il est grand, ce voisin.

M. Beaudry: Exactement. Je vous répète que la position demeure la même indépendamment de la distance du voisin. Il s'agit de veiller à l'imposition d'un régime juste et équitable pour tous.

Mme Tremblay: J'aurais une toute dernière question. Elle est très brève. Quant à Vidéotron United Kingdom, est–ce que ce sont les profits que vous faites au Canada que vous réinvestissez en Angleterre ou si les profits que vous faites en Angleterre, vous les réinvestissez au Canada? Cela va dans quel sens?

M. Beaudry: L'opération britannique, qui existe depuis bientôt quatre ans, nous sommes fort heureux de le dire haut et fort, est une opération qui est auto–suffisante du point de vue de l'exploitation. C'est donc une opération qui se finance d'elle–même. Par conséquent, il n'y a pas de versements, de profits et d'érosion des profits tirés de l'exploitation canadienne vers la Grande–Bretagne.

• 1650

Bien au contraire, nous espérons que notre opération britannique vienne nous aider à solidifier encore davantage notre entreprise canadienne.

Mme Tremblay: Merci beaucoup.

Le président: Donc, vous n'avez même pas besoin d'une espèce de billet international pour envoyer des chèques!

Mr. Gallaway: Thank you, Mr. Chairman. I'm not certain to whom I should direct this question.

Yesterday at this committee we had a witness from Toronto, I believe, a Mr. David Ellis, who talked to us about regulating the information highway. One of the points he made, as I recall, was that the price of something called extended basic cable is not regulated at all.

In your opening comments, Mr. Stein, you mentioned the CRTC carefully regulates the price, among other things. How do you respond to that?

Mr. Stein: There's a regulated price for basic cable. There are prices that are then set—this has just been done through this last process—for the services that are carried either as part of basic cable television or on the discretionary tier.

The commission sets a wholesale rate for the carriage on basic. It then leaves it for the cable system licensee and the program service to negotiate a rate between them that is to be offered on the discretionary tier. As the commission said in its decision, that is not regulated, but it's something the commission monitors. It looks at, lists, and publishes that price. You may have noticed it publishes all the related revenues and operating income investments for the services and for the cable television industry. It's very open in terms of what's done.

[*Translation*]

Mr. Beaudry: The current Act provides for the compensation of the claimants within a very specific context.

Mrs. Tremblay: Yes, with regard to the Act. However, you are aware that the Act is being reviewed and that the government is strongly considering the inclusion of neighboring rights. How do you feel about neighboring rights?

Mr. Beaudry: We will have to see who that neighbor will be.

The Chairman: It is a big neighbor.

Mr. Beaudry: Precisely. I repeat that our position will remain the same regardless of the distance of that neighbor. What we have to do is make sure that we have a fair and equitable system for everybody.

Mrs. Tremblay: One last question, if I may. It is a short one. With regard to Vidéotron United Kingdom, do you reinvest in England the profits that you make in Canada, or do you reinvest in Canada the profits that you make in England? Which way are you going?

Mr. Beaudry: The British operation, which has been in existence since almost four years, we are very happy to say this loud and clear, is a self–sufficient operation from the profit point of view. It is therefore an operation that is self–financed. Therefore there are no payments, no profits or part of our profits taken from the Canadian operation and diverted to Great Britain.

On the contrary, we hope that our British operations will help us consolidate even more our Canadian undertaking.

Mrs. Tremblay: Thank you very much.

The Chairman: Therefore, you do not even need some international note to send cheques!

M. Gallaway: Merci, monsieur le président. Je ne sais pas exactement à qui je devrais poser cette question.

Hier, nous avons entendu un témoin de Toronto, un certain M. David Ellis, sauf erreur, qui nous a parlé de réglementation de l'autoroute électronique. Si je me souviens bien, il nous a dit entre autres que le prix du volet de base élargi, je crois que cela s'appelle comme ça, n'était pas du tout réglementé.

Dans votre déclaration préliminaire, monsieur Stein, vous nous avez dit qu'entre autres choses, le CRTC réglemente soigneusement les prix. Qui doit–on croire?

M. Stein: Le prix pour le volet de base est réglementé. Il y a ensuite les prix qui sont fixés pour les services qui sont offerts soit dans le cadre du volet de base soit dans le cadre du volet facultatif—ce sont ces prix qui ont été fixés lors des dernières audiences du CRTC.

Le Conseil fixe un tarif de gros pour le volet de base. Les câblodistributeurs ont le loisir de négocier avec leurs clients le tarif pour le volet facultatif. Comme le Conseil l'a dit dans sa décision, ce tarif n'est pas réglementé mais il est sous surveillance. Le Conseil publie ces tarifs. Vous avez peut–être remarqué qu'il publie toutes les recettes connexes et tous les bénéfices d'exploitation pour les services et pour l'industrie de la télévision par câble. Rien n'est caché.

[*Texte*]

We have to sell the tier. We have to put together a package that's attractive to our consumers. That's what primarily governs the price in the marketplace.

Mr. Gallaway: I'm not certain I understand your answer. The wholesale price is regulated by the CRTC.

Mr. Stein: On basic.

Mr. Gallaway: On basic. So when you say the price is regulated by the CRTC, you're talking about the sale price to the distributor. Is that correct?

Mr. Stein: Yes.

Mr. Gallaway: So the retail price is not regulated.

Mr. Stein: The retail price is not regulated because it's sold in a competitive marketplace. We have to offer those services on a discretionary basis to the consumer.

Mr. Gallaway: My riding is an urban one in southern Ontario. I am not aware of any choice that I have other than to buy cable or not to buy cable. How does it become competitive in the marketplace?

Mr. Stein: You would have a number choices. First, if you do take cable, then you have a basic cable package with full cable service. If you don't want to take all of the cable programming services, you can move to a basic cable package that would cost you less.

You can also take other packages that are the pay packages for the pay movie channels, for example. This would require a converter or a decoder. Those are also offered as packages.

Mr. Gallaway: It's the minimum that I'm really concerned about at this point. You mentioned that the CRTC monitors the retail price.

Mr. Stein: Yes.

Mr. Gallaway: Do they have the right, authority, or jurisdiction to roll back prices then at the retail level?

Mr. Stein: They have the authority to do whatever they wish, actually.

Mr. Gallaway: My question is do they have the right or the authority to order a distributor at the retail level? You are telling that at the wholesale level it's regulated, but they only monitor the retail price. Where does that leave the consumer if Mr. Spicer and friends are watching and monitoring but have no jurisdiction to control prices such as they do with my telephone system?

Mr. Stein: No, they have complete jurisdiction in terms of being able to come and say things. In fact, they have done so over the past number of years as we moved to implement tiers.

• 1655

We started with tiers in 1985–86, I think. The commission was quite strong on how it should be implemented and which systems could implement it. After a period of time in the market and after we had the kind of consumer issues that arose

[*Traduction*]

Il faut vendre ce volet. Il nous faut offrir un bloc qui séduise nos clients. C'est le facteur principal qui régit le prix sur le marché.

M. Gallaway: Je ne suis pas certain d'avoir compris votre réponse. Le prix de gros est réglementé par le CRTC.

M. Stein: Le prix pour le volet de base.

M. Gallaway: Pour le volet de base. Donc, quand vous dites que le prix est réglementé par le CRTC, vous voulez parler du prix de vente au distributeur. N'est–ce pas?

M. Stein: Oui.

M. Gallaway: Donc, le prix de détail n'est pas réglementé.

M. Stein: Le prix de détail n'est pas réglementé car c'est la loi de la concurrence qui décide. Nous devons offrir ces services sur une base optionnelle au consommateur.

M. Gallaway: Je représente une circonscription urbaine dans le sud de l'Ontario. Que je sache, le seul choix c'est de s'abonner au câble ou de ne pas s'y abonner. Où est la concurrence?

M. Stein: Vous avez un certain nombre de choix. Premièrement, si vous décidez de prendre le câble, au départ, ce qu'on vous offre, c'est un service de base complet. Si vous ne voulez pas de tous les services, vous pouvez opter pour un bloc de services moins onéreux.

Vous pouvez aussi vous décider pour d'autres blocs comme par exemple les chaînes de cinéma. Dans ce cas, il vous faut aussi un convertisseur ou un décodeur. Ces services sont également offerts sous forme de blocs.

M. Gallaway: Pour le moment, ce qui m'intéresse, c'est le service minimum. Vous avez dit que le CRTC contrôlait le prix de détail.

M. Stein: Oui.

M. Gallaway: Le Conseil a–t–il le droit, le pouvoir ou la compétence juridictionnelle d'imposer une réduction des prix au niveau du détail?

M. Stein: En fait, le Conseil a le pouvoir de faire pratiquement ce qu'il veut.

M. Gallaway: A–t–il le droit ou le pouvoir d'ordonner au niveau du détail à un distributeur de réduire ses prix? Le Conseil réglemente les prix de gros, mais surveille simplement les prix de détail. C'est ce que vous me dites. Quel est le recours du consommateur si M. Spicer et ses amis n'exercent qu'une simple surveillance sur ces prix, mais n'ont aucune compétence à les contrôler comme pour le téléphone?

M. Stein: Non, ils ont toute la compétence juridictionnelle nécessaire pour intervenir et dire ce qu'ils en pensent. En fait, ils ne s'en sont pas gênés depuis que nous proposons ces blocs de services facultatifs.

Nous avons commencé à les offrir en 1985–1986, je crois. Le Conseil avait des idées très arrêtées quant à la procédure à suivre et quant aux heureux élus. Après une certaine période d'essai sur le marché et après que les plaintes habituelles de nos

[*Text*]

when people were not happy, let us say, with the launch of the services in 1987, the commission found that people who had this option for full cable service were actually more satisfied with the services when they had that choice. So that became the system the commission saw rolling across the country. It was only in the last couple of years that the commission felt that the major systems could, in fact, introduce this approach across the country.

Mr. Gallaway: I'm not certain if I understand any of these answers.

Mr. Stein: It must be because I'm not explaining it right.

Mr. Gallaway: Does the CRTC tell whoever operates the cable in my riding that they cannot raise their rates because they are a retailer?

Mr. Stein: The commission can intervene at any time, yes.

Mr. Gallaway: How do you reconcile that with what Mr. Ellis said yesterday?

Mr. Stein: I don't want to try to—

Mr. Gallaway: You have to understand that we have a whole parade of experts come here.

He categorically stated that the basic extended cable service is not regulated in any way whatsoever. There was no equivocation on his part.

Mr. Stein: I think that Mr. Ellis' point should be made with the CRTC because the CRTC said very clearly in its latest decision that its preference was that these services go onto the tier. It said that these were the prices, that there would be a negotiation, and that it would monitor that activity. It has complete authority to move in under the Broadcasting Act and under its own regulations.

I think the situation here is that the commission tries to watch the pricing activity in the marketplace to see how it responds in that marketplace so that the maximum benefit goes to the programming services and into programming production. What they have seen over the past number of years is that has been successful in developing successful programming services because that's where the revenues go.

If you talked about regulating it, the next thing you would be doing is starting to regulate the whole programming activity, and I think that's where the commission starts to get into problems, whereas on the basic cable television service, which is regulated very tightly, that's a defined set of services—of course the commission can probably explain this better than I can, so I'm probably going beyond my responsibilities in terms of explaining it—that the cable industry is required to carry. So there is a set of rules in place that are more specific for the basic cable television service.

Mr. Gallaway: I understand that you have 300 members in your association.

Mr. Stein: Yes.

Mr. Gallaway: Has there ever been a case where the CRTC has ordered one of your members to roll back the retail price?

Mr. Stein: Yes.

Mr. Gallaway: How often does it occur? Can you tell me?

[*Translation*]

clients aient diminué après le lancement de ces services en 1987, le Conseil s'est rendu à l'évidence que les abonnés auxquels cette option était offerte étaient beaucoup plus satisfaits du service. Ce système a donc été étendu à l'ensemble du pays. Ce n'est seulement qu'au cours des deux dernières années que le Conseil a estimé que les principaux réseaux pouvaient offrir ces services à l'ensemble du pays.

M. Gallaway: Je ne suis pas du tout certain de comprendre vos réponses.

M. Stein: C'est parce que je ne dois pas bien m'expliquer.

M. Gallaway: Le CRTC peut–il interdire au câblodistributeur de ma circonscription d'augmenter ses tarifs?

M. Stein: Oui, le Conseil peut intervenir quand il veut.

M. Gallaway: Comment conciliez–vous votre réponse avec ce que nous a dit hier M. Ellis?

M. Stein: Je ne veux pas essayer. . .

M. Gallaway: Comprenez que nous avons entendu tout un aréopage de spécialistes.

Il nous a dit catégoriquement que le volet de base élargi n'est en aucune manière réglementé. Il était absolument catégorique.

M. Stein: Il faudrait le rapporter au CRTC car le CRTC a indiqué très clairement dans sa dernière décision qu'il préférait que ces services entrent dans le volet facultatif. Il a fixé les prix, indiqué qu'ils n'étaient pas négociables et qu'il surveillerait de près les choses. La Loi sur la radiodiffusion et ses propres règlements lui donnent tous les pouvoirs d'intervention nécessaires.

Le Conseil essaie de se tenir au courant des fluctuations de prix sur le marché afin que ce soit les services de programmation et les producteurs d'émissions qui empochent le maximum de bénéfices. Il s'est rendu compte au cours des dernières années que c'était le meilleur moyen de stimuler la qualité de la production et des services de programmation.

Si vous décidez de réglementer cet aspect, l'étape suivante c'est la réglementation de toutes les activités de programmation et c'est là que commencent les problèmes pour le Conseil car le service de base de télévision par câble qui est très étroitement réglementé correspond à un éventail défini de services—les représentants du Conseil pourraient certainement mieux vous l'expliquer que moi et j'ai peut–être tort de m'y aventurer—que l'industrie du câble a l'obligation d'offrir. Il y a donc une série de règles plus spécifiques pour le service de base de télévision par câble.

M. Gallaway: Je crois comprendre que votre association compte 300 membres.

M. Stein: Oui.

M. Gallaway: Est–il arrivé que le CRTC ordonne à un de vos membres de réduire son tarif?

M. Stein: Oui.

M. Gallaway: Est–ce fréquent? Pouvez–vous me le dire?

[*Texte*]

Mr. Stein: It doesn't occur very often because our pricing is reasonable. Statistics Canada a few years ago said that of 100 products Canadians and Americans consume, one of the few products where Canadians had better value than Americans was cable television. Because cable television rates in Canada have been regulated—contrary to what Mr. Ellis said—for the last 25 years, they are very low compared to American rates, which have not been regulated. So to suggest that we're not regulated is a very strange statement to make.

My short answer is that Mr. Ellis is wrong. We are regulated.

Mr. Gallaway: That's what I wanted to hear.

Ms Stanley: I wonder if I could just add to what Ken has said because you're getting at something we hear a lot, which is the extent to which the cable industry is consumer-driven when you look at the roll-back of rates and that kind of thing. I think that's an extremely good question. It's one I hear a lot.

I wonder if I could just take a moment to give you a different perspective on it, because I'm from an area with a large number of remote areas that we service and we are the pioneers of village cable.

• 1700

The CRTC does not have to tell me how much I can charge, because the consumers are consistently telling me the extent to which they're prepared to look at price elasticity. In terms of giving consumers more value and choice in very difficult areas of our province, of which there are many—we have 82 systems—it's an increasing challenge to get those kinds of products to them with the price elasticity they tell us they are prepared to pay.

We feel very consumer-driven with respect to the manner in which we can get services to people in those areas. That's a rural perspective on your question. You said you were from an urban area, but I think the situation is the same because the price ceiling is there. My consumers will switch to DTH or new DBS services.

Mr. Gallaway: With respect to content, does the CRTC tell you what you can put on or what you can't put on?

I shudder to think that when I turn on channel 15 at home and see the Shopping Network selling a zirconium ring or something for $15.95, Mr. Spicer and gang are saying that channel must be available in my home. Or is that an add-on by your industry?

Mr. Stein: Well, it's a great service. I think what we have—

Mr. Gallaway: So where's your ring?

Mr. Stein: One of the concerns we have is that service is too tightly regulated. We can't offer it in as attractive a way as we would be able to if we weren't. The commission tells us what we can offer and what we can't offer. It tells us we can offer certain services and we can't offer other services.

[*Traduction*]

M. Stein: Ce n'est pas très fréquent car nos tarifs sont raisonnables. Il y a quelques années Statistique Canada avait indiqué que sur 100 produits que des Canadiens et des Américains consommaient, un des rares produits pour lequel les Canadiens payaient moins que les Américains était la télévisions par câble. Les tarifs de télévision par câble au Canada étant réglementés—contrairement à ce qu'a dit M. Ellis—depuis 25 ans, ils sont très inférieurs aux tarifs américains qui eux ne sont pas réglementés. Suggérer que nous ne sommes pas réglementés me semble très étrange.

En bref, M. Ellis se trompe. Nous sommes réglementés.

M. Gallaway: C'est ce que je voulais vous entendre dire.

Mme Stanley: Je me demandais si je pourrais ajouter un mot aux propos de Ken car cette question semble universelle: dans quelle mesure les tarifs de l'industrie du câble sont-ils dictés par le marché? C'est une excellente question. Je l'entends très souvent poser.

J'aimerais que vous me permettiez, très brièvement, de l'aborder sous un angle différent, l'angle d'une personne venant d'une région où les communautés sont très dispersées et éloignées les unes des autres, région que nous servons, et où nous sommes les premiers à avoir câblé des villages.

Le CRTC n'a pas à me dire combien je peux faire payer car les consommateurs n'oublient pas de me rappeler la fourchette de prix qu'ils sont prêts à tolérer. Dans les régions très difficiles d'accès de notre province, et il y en a beaucoup—nous avons 82 systèmes—offrir une plus grande valeur et un plus grand choix dans la fourchette de prix que les consommateurs sont prêts à accepter est un véritable défi.

Dans ces régions, nous tenons compte des besoins et des moyens des consommateurs. C'est la perspective rurale de votre question. Vous avez dit venir d'une région urbaine, mais je crois que la situation est la même en région rurale car il y a un plafond impossible à dépasser. Je risque de perdre mes clients au bénéfice des antennes paraboliques et des nouveaux services de réception directe par satellite.

M. Gallaway: Au niveau du contenu, le CRTC peut-il vous donner des instructions?

Je tremble à l'idée de penser que chaque fois que je branche chez moi le canal 15 pour voir le Shopping Network me proposer une bague au zirconium ou n'importe quoi d'autre pour 15,95$, M. Spicer et ses acolytes ont approuvé la présence d'une telle chaîne sur mon écran. Ou est-ce un service que vous avez ajouté?

M. Stein: C'est un excellent service. Je crois que ce que nous avons. . .

M. Gallaway: Où est votre bague alors?

M. Stein: Un de nos problèmes est que ce service est beaucoup trop strictement réglementé. La réglementation nous interdit de le rendre aussi séduisant que nous l'aimerions. Le Conseil nous dicte ce que nous pouvons offrir et ce que nous ne pouvons pas offrir. Il nous dit quels services offrir et quels services ne pas offrir.

[*Text*]

Mr. Gallaway: I believe Ms Roscoe was here previously. Who were you representing before?

Ms Elizabeth Roscoe (Senior Vice–President, Public Affairs and Regulatory Development, Canadian Cable Television Association): I was here as a member of ABSOC—

Mr. Gallaway: Okay, I couldn't remember.

The Chairman: That's the research arm of the broadcasters. Vidéotron keeps coming back. It's a small world.

Mrs. Bakopanos: Just to continue along the lines of regulation, my particular interest is in terms of content, and how much Canadian content we're going to have. I differ with a lot of views that have come before us saying that Canadian culture is going to be protected. I haven't heard a lot of testimony so far that reaffirms that.

Mr. Gallaway just asked you a couple of questions also in terms of the CRTC and how much real power—if you want to call it that—it has to regulate. Are there alternative methods, perhaps? Are there things that we, as legislators, should be doing to perhaps assure that in the future Canadian content will remain?

I fear the more access we have to the Americans—the NAFTA deal or any of the trade deals we are now signing as a nation are examples—the more the information highway will be opened to infinitive possibilities in terms of being invaded by other cultures.

Mr. Stein: Death Stars.

Mrs. Bakopanos: Yes. Star Wars.

Those are just some comments. I don't think I'm really looking really for a specific answer. I'm looking for outside comments to reassure myself and some of my constituents.

Mr. Stein: Well, Mr. Beaudry and Mrs. Stanley may have something to suggest, but I think your question really goes to the heart of the matter of what we are trying to deal with in terms of the broadcasting system.

Cable television has been part of the Canadian broadcasting system since it came under the regulation of the Broadcasting Act in 1968. We've evolved with the broadcasting system. I think in many ways it's stronger than it has been. On the other hand, it faces more competitive and different access alternatives than it ever has before.

I think it's noteworthy that CTV this year is highlighting its Canadian productions as being the stars of its new programming schedule. Canadian news and sports are very strong. But drama, documentaries, and children's programming are of real and continuing concern. That's why, as an industry, we've proposed the kinds of program production funds we have.

Canadians have always walked this balancing line extremely well over the past number of years and we continue to have to walk that line. We get concerned when people say we should just open it all up and go to free competition. Well, the Mexicans went to free competition in the film industry. I think in one year the viewing of Mexican films dropped from 80% to 5%.

[*Translation*]

M. Gallaway: Je crois que nous avons déjà vu M^me^ Roscoe. Vous représentiez qui?

Mme Elizabeth Roscoe (première vice–présidente, Affaires publiques et réglementation, Association canadienne de télévision par câble): Je représentais le SYRPOC. . .

M. Gallaway: Très bien, je n'arrivais plus à me rappeler.

Le président: Ce sont les services de recherche des radiodiffuseurs. Vidéotron revient toujours sur le tapis. Le monde est petit.

Mme Bakopanos: Toujours au sujet de la réglementation, ce qui m'intéresse tout particulièrement, c'est le contenu et le contenu canadien auquel nous pouvons nous attendre. Je ne suis pas du tout d'accord avec ceux qui prétendent que la culture canadienne continuera à être protégée. Je n'ai pas entendu beaucoup de témoignages jusqu'à présent qui m'en aient convaincue.

M. Gallaway vient de vous poser quelques questions sur la réalité du pouvoir—si on veut le qualifier ainsi—de réglementation du CRTC. Y a–t–il d'autres méthodes possibles? Y a–t–il des choses qu'en tant que législateurs nous devrions faire pour garantir la survie du contenu canadien?

Je crains que plus nous aurons accès aux services américains—il y a l'exemple de l'ALÉNA et il y a tous les autres accords commerciaux que nous signons—plus cette autoroute électronique ouvrira la porte à des possibilités infinies d'invasion culturelle.

M. Stein: Les étoiles mortes.

Mme Bakopanos: Oui. La Guerre des étoiles.

Ce ne sont que des commentaires. Je ne suis pas vraiment certaine de vouloir une réponse précise. J'aimerais de quoi me rassurer et rassurer certains de mes électeurs.

M. Stein: M. Beaudry et M^me^ Stanley auront peut–être quelque chose à suggérer, mais je crois que votre question touche le coeur même du problème de la radio–télédiffusion.

La télévision par câble fait partie du système canadien de radiodiffusion depuis qu'elle relève de la réglementation de la Loi de 1968 sur la radiodiffusion. Nous avons évolué avec le système de radio–télédiffusion. Je crois qu'à certains égards il est plus fort qu'il l'a jamais été. En revanche, il est confronté à des techniques d'accès différentes et plus compétitives que jamais.

Je crois qu'il est symptomatique que CTV cette année donne le rôle de vedettes à ses productions canadiennes dans sa nouvelle grille. Les nouvelles canadiennes et les sports se portent très bien. Cependant, les dramatiques, les documentaires et les émissions pour enfants continuent à être un problème réel. C'est la raison pour laquelle notre industrie a proposé ces fonds de production.

Cela fait des années que les Canadiens réussissent à rester en équilibre sur ce fil et nous poursuivrons cette tradition. Quand certains proposent d'ouvrir les portes et de laisser la libre concurrence décider, nous tremblons. Les Mexicains ont décidé un beau jour de ne plus protéger l'industrie cinématographique. Je crois qu'en un an l'audience des films mexicains est tombée de 80 à 5 p. 100.

[*Texte*] [*Traduction*]

• 1705

The American entertainment industry is a phenomenally successful industry. I don't think we should ever be naive that if we go to an open skies, competitive environment we wouldn't just get killed by it. We would be.

L'industrie américaine du spectacle est un succès phénoménal. Il ne faudrait pas croire que si nous ouvrons nos cieux, nous pourrons résister à la concurrence. Elle nous tuera.

Mrs. Bakopanos: You are suggesting more regulation, then.

Mme Bakopanos: Vous préconisez donc une plus grande réglementation.

Mr. Stein: It's not necessarily more regulation, but I do think having the right kind of framework—which I think in large part we have—and as long as manage that—

M. Stein: Pas forcément une plus grande réglementation, mais je crois que si nous avons le genre de cadre approprié—ce qui est déjà vrai en grande partie, à mon avis—et tant que nous arriverons. . .

Mrs. Bakopanos: Is that in both the Broadcasting Act and the CRTC regulations?

Mme Bakopanos: Vous voulez dire à la fois la Loi sur la radiodiffusion et les règlements du CRTC?

Mr. Stein: As long as we walk that line between culture and the consumer, the problem always is that if you push too far in terms of ordering the consumer as to what services they will have, telling them they're not going to get the Fox network because we don't think they should watch Sunday afternoon football any more, then you're going to get a backlash. But as long as you walk a line that says we have to encourage Canadian culture, we have to encourage Canadian programming so that Canadians will choose to watch it, if we put our resources that way, it's better than denying Canadians the availability of other signals. I think that's the line we have to walk.

M. Stein: Le problème de cette dichotomie entre la culture et la consommation est qu'à force d'imposer aux consommateurs tel service plutôt qu'un autre, de ne pas lui permettre de recevoir les émissions du réseau Fox parce qu'il y a bien assez de football à la télévision sans rajouter un match le dimanche après-midi, il finit par y avoir un retour de bâton. Par contre, encourager la culture canadienne, encourager les émissions canadiennes en offrant ce genre de télévision aux Canadiens, en y consacrant les ressources nécessaires, est bien plus intelligent que de refuser purement et simplement aux Canadiens l'accès à d'autres chaînes. C'est ce qu'il faut que nous fassions.

Mr. Beaudry: I'd like to add one thing, if I may. I thought your question was very appropriate. What can you as legislators do to ensure that Canadian content is protected and promoted?

M. Beaudry: J'aimerais, si vous le permettez, ajouter une chose. Je trouve votre question tout à fait opportune. Que pouvez-vous faire, vous, législateurs, pour garantir la protection et la promotion du contenu canadien?

The one overwhelming thing that can be extremely helpful from your unique viewpoint is to ensure that those who are attempting to go around the Broadcasting Act to provide broadcasting-type contents be brought back in line and be forced to respect the Broadcasting Act. There are instances at this moment, as we speak, where companies are attempting to offer video-type contents without having to respect the Broadcasting Act. We are monitoring those very closely, but there is a lot of noise being made about the legitimacy of those types of actions.

La chose cruciale et extrêmement utile que votre fonction unique vous permet de faire est de garantir que ceux qui essaient de contourner la Loi sur la radiodiffusion en offrant des produits parallèles seront rappelés à l'ordre et sanctionnés. Au moment où nous parlons, il y a des compagnies qui essaient d'offrir des produits vidéo dont le contenu ne respecte pas du tout la Loi sur la radiodiffusion. Nous les surveillons de très près, mais il reste que la légitimité de ce genre de tentatives est vigoureusement contestée.

Those are the types of actions that need to be brought back in line immediately, without any further delay, so that no harmful precedent is created. I'm thinking of instances such as Concord Pacific in Vancouver. I'm thinking of instances such as video-on-demand experiments being conducted in Regina. You see those types of examples developing almost daily. Those organizations that are beginning to offer video-type contents without respecting the Broadcasting Act the way we have for the last number of years should be brought back in line.

C'est le genre de tentatives qu'il faut immédiatement sanctionner, sans attendre, afin de prévenir tout précédent dangereux. Je pense à des exemples comme Concord Pacific à Vancouver. Je pense à ces expériences de vidéos à la demande à Regina. Il y a des exemples de ce genre pratiquement tous les jours. Ces compagnies qui commencent à offrir des produits vidéo dont le contenu ne respecte pas la Loi sur la radiodiffusion, contrairement à ce que nous faisons depuis un certain nombre d'années, devraient être immédiatement rappelées à l'ordre.

That's where I think you can be very helpful, monitoring that.

C'est à ce niveau que votre action peut être très utile.

The Chairman: Perhaps I could just follow up. I'm mindful of the time. We've had a long week. We have probably other places to go and other people to see.

Le président: J'aimerais poursuivre cette question. Je sais que le temps manque. La semaine a été longue. Nous avons probablement tous d'autres engagements et d'autres personnes à voir.

What strikes me in the last few weeks we've had on this is the whole question of content versus carrier—or as McLuhan might have said, the message versus the medium—and the whole question of convergence. You refer to it in your own paper. I suppose you could have tied in a third convergence, the computer.

Ce qui m'a frappé au cours des dernières semaines d'audience, c'est cette opposition entre contenu et transporteur—ou comme McLuhan aurait pu le dire, entre message et messager—toute cette question de convergence. Vous en parlez dans votre mémoire. Je suppose que vous auriez pu introduire une troisième convergence, l'ordinateur.

[*Text*]

We had a visitor from Burns Fry, Mr. Kirk. He reviewed the history of the profitability of your industry, amongst others, and you've had a good run. But as convergence takes place and as other players, just as you're beginning to offer interactive services, which look more and more like telephone, and some of your partners are actually in the telephone business, and the telephone business talks about Beacon, which looks more and more like cable, come together... I put the question to Mr. Kirk in terms of money: if he were advising his clients which stocks to buy not now but in five or ten years, would he go with the carriers—which is essentially what you folks do—or with the content folk? His answer was that he'd go with content, because that's where the shortage is. That's the unique product.

[*Translation*]

M. Kirk de Burns Fry est venu nous rendre visite. Il nous a fait l'historique de la rentabilité de votre industrie, entre autres, et vous semblez ne pas vous en être trop mal sortis. Mais compte tenu de cette convergence et de l'apparition d'autres acteurs, juste au moment où vous commencez à offrir des services interactifs qui ressemblent de plus en plus au téléphone, et où certains de vos associés sont en réalité des compagnies de téléphone qui parlent de balises, balises qui ressemblent de plus en plus au câble... J'ai posé la question à M. Kirk en termes monétaires. Je lui ai demandé au cas où il conseillerait à ses clients quelle action acheter non pas maintenant mais dans cinq ou dix ans, leur conseillerait-il d'acheter les actions des transporteurs—c'est-à-dire pour l'essentiel les actions de vos compagnies—ou celles des producteurs de contenu? Il m'a répondu qu'il leur conseillerait les actions des producteurs de contenu car c'est à ce niveau qu'il y a pénurie. Ce sont des produits uniques.

• 1710

Everything you do can be commoditized. A flick of a regulatory switch and a monopoly that has been extremely profitable—while I'm sure you've met all your obligations, it's been extremely profitable—is now under siege because of other ways of coming at it, whether it's through satellites, the telephone lines, however it is coming.

If that's one of the ways in which the new profits will be made in the future, if content will be king—never mind Canadian, but just content in general—what will your industry do to make its profits in the future? You accept the premise, of course?

Mr. Stein: Not necessarily.

The Chairman: I thought I'd get you going.

Mr. Stein: With all due respect to Mr. Kirk and his tremendous financial capabilities, I think there is one thing that is going on in the industry worldwide that actually shows that the separation of the content in the carrier is probably at the heart of one of the things that's going on here. I mean the Time Warner, the Cox and Times-Mirror situation.

I think Mr. Rogers and Mr. Chagnon have outlined quite well the necessity of having alliances between content and a delivery that works. You don't do a Vidéotron without having an alliance between the service suppliers and the content. You have to be able to work much closer together.

I think the way we would see the future unfolding is that if one were buying shares, one would buy shares in companies that understand the way to put that alliance together in responding to consumers. I think that's going to be crucially important.

The Chairman: Actually, to do justice to Mr. Kirk's views, he did say that those who were good at both distribution and content—and I don't think he was promoting the stock—he mentioned something like alliance, for instance, would be...

Mr. Stein: He works for Burns Fry Limited.

The Chairman: Yes, sure, but what else would you be expecting?

Tout est commercialisable. Un simple changement de règlement et un monopole jusqu'à présent extrêmement rentable—bien que je sois certain que vous ayez rempli toutes vos obligations, votre monopole est extrêmement rentable—est aujourd'hui assiégé parce qu'il y a d'autres moyens, d'autres solutions, que ce soit les satellites, les lignes de téléphones, les nouveaux moyens sont là.

Si c'est une des nouvelles sources de profit de demain, si ce sont les produits, le contenu, qui priment—peu importe qu'ils soient canadiens, le contenu en général—quelles seront les sources de bénéfices de votre industrie? Vous acceptez ma prémisse, naturellement?

M. Stein: Pas forcément.

Le président: C'était pour vous aiguillonner.

M. Stein: Sauf le respect que je dois à M. Kirk et à ses immenses compétences financières, je crois que de plus en plus, dans le monde entier, on est en train de revenir sur cette séparation entre la distribution et la production. Je pense à Time Warner, Cox, Time-Mirror.

Je crois que M. Rogers et M. Chagnon ont très bien expliqué la nécessité d'alliances entre les producteurs et les distributeurs. On ne peut faire un vidéotron sans une alliance entre les distributeurs et les producteurs. Il faut que la collaboration soit la plus grande possible.

Si les événements évoluent comme nous le prévoyons, nous conseillerions aux clients de M. Kirk d'acheter des actions dans des compagnies qui comprennent la nécessité de ces alliances pour répondre aux besoins des consommateurs. Ce sera d'une importance cruciale.

Le président: En fait, pour rendre justice à M. Kirk, il a dit que ce qui était bon tant sur le plan de la distribution que sur celui de la production—et je ne crois pas qu'il faisait une promotion quelconque—il a mentionné qu'Alliance, par exemple, serait...

M. Stein: Il travaille pour Burns Fry Limitée.

Le président: Oui, bien sûr, mais cela ne devrait pas vous surprendre.

[*Texte*]

Perhaps a final question goes like this. As new persons, it perhaps strikes the lay person as a bit odd that at the moment that the world is converging in terms of carrier and content, we resolutely in Canada deconverge and have two different ministries, Industry and Heritage. They try to understand how all these things relate to each other, but not all of which comes before us, not even under copyright. Sometimes we even have the Minister of Finance along just to add to the fun. You don't have to answer this and I shouldn't be asking it, but in an ideal universe, do you think that these now separated functions would be best understood if they were reintegrated?

Mr. Stein: We've had a lot of discussion in our industry about that. We don't have a position and I just have to be frank with you about it. I think the key is the extent to which the two departments can work together on the common objectives. That's going to be what's important. If they can do that, you don't necessarily need to have organizations under the same roof for them to be able to work effectively together.

The industry expression of view in the last little while has been that if you are going to act in an industry you should start to understand why that industry has been successful. We think Canadian television and cable television, as an industry, has been one of the most successful in this country. We have developed over the past 15 years an ability to compete that is quite remarkable. Even other countries note that.

I think from an industry point of view we would believe in terms of that separation. If it does continue, our greatest hope is just that they work together very closely and address these common issues that you're trying to address.

The Chairman: I have a final comment.

Mr. Beaudry: I am interested in that too. I think it's in the ongoing discussion, which I'm sure will increase in intensity over the next number of weeks and months over the electronic highway. I'm relating to Mrs. Bakopanos' point over content and Canadian identity, or protection and promotion, when I state I think it is critically important for both departments to work hand in hand. You cannot have a strictly economic development–driven policy without having some people thinking about how we protect and promote the Canadian content in culture on this information highway. I strongly believe both must work together as equal partners in that exercise.

[*Traduction*]

Une dernière petite question. Le profane doit quand même trouver un peu étrange qu'au moment où, dans le monde entier, il y a convergence entre distributeurs et producteurs, au Canada nous fassions résolument le contraire avec deux ministères différents, l'Industrie et le Patrimoine. Nous, petits nouveaux, essayons de comprendre comment toutes ces choses sont liées entre elles mais elles ne relèvent pas toutes de notre comité, même pas au chapitre du droit d'auteur. Pour rendre la chose encore plus amusante, il arrive même parfois que le ministre des Finances s'en mêle. Je ne vous demande pas de répondre et je ne devrais même pas vous poser cette question, mais dans un univers idéal, pensez–vous que ces deux fonctions actuellement séparées seraient mieux comprises si elles étaient de nouveau réunies?

M. Stein: Nous en avons beaucoup discuté entre nous. Nous n'avons pas de position définie mais je tiens à être franc avec vous. Je crois que l'important est la mesure dans laquelle ces deux ministères peuvent travailler ensemble sur des objectifs communs. C'est ce qui comptera le plus. S'ils y arrivent, il n'est pas nécessaire de les réunir sous le même toit pour qu'ils puissent travailler efficacement ensemble.

Depuis un certain temps, dans notre milieu on estime qu'avant toute intervention dans une industrie il faudrait commencer par s'interroger sur les raisons de son succès. Nous croyons que la télévision et la télévision par câble est une des plus belles réussites de toutes les industries canadiennes. Au cours des 15 dernières années nous nous sommes défendus d'une manière remarquable contre la concurrence. Même d'autres pays l'ont remarqué.

Cette séparation ne gêne pas notre industrie. Nous espérons simplement que ces deux ministères travailleront en étroite collaboration pour régler ces problèmes communs.

Le président: Un dernier commentaire?

M. Beaudry: Cette question m'intéresse également. Cela fait partie de cette discussion permanente qui, j'en suis sûr augmentera d'intensité au cours des prochaines et des prochains mois à propos de l'autoroute électronique. Je me réfère à l'argument de M^me^ Bakopanos au sujet du contenu et de l'identité canadiennes, ou de la protection et de la promotion, quand je dis qu'il est d'une importance critique que ces deux ministères travaillent la main dans la main. La politique du gouvernement ne peut être strictement dictée par le développement économique. Il faut que certaines personnes réfléchissent à la manière de protéger et de promouvoir le contenu culturel canadien sur cette autoroute électronique. Je suis persuadé de la nécessité pour ces deux ministères de travailler ensemble sur une base d'égalité à la réalisation de cet objectif.

• 1715

The Chairman: Thank you very much.

Mme Tremblay: Monsieur le président, j'ai une toute petite question.

Le président: Une toute petite.

Mme Tremblay: C'est vraiment pour mon information. Le fait qu'on ait ajouté de nouveaux canaux qui seront disponibles pour les câblodistributeurs, est–il exact que cela vous permet, en même temps, d'ajouter autant de canaux américains et de nous les offrir aussi?

Le président: Je vous remercie.

Mrs. Tremblay: Mr. Chairman, I have a very small question.

The Chairman: A very small one.

Mrs. Tremblay: It is really for my own information. Is it true that the addition of new channels available to cable operators will enable you at the same time to add and offer as many American channels?

[*Text*]

Mr. Stein: The rules in fact change January 1, 1995. We're now allowed to bring in two U.S. services for each Canadian service. As of January 1, 1995, when the new Canadian services are launched, we are cut back. We can only bring in one U.S. for every Canadian. But on January 1, 1995, or whenever we get to launch the services, we're going to try to do it in a way that we can package them, so we don't take away any services we now offer.

M. Beaudry: Pour ce qui est des abonnés du Québec, il est évident que les contenus d'origine étrangère américaine, anglophone en général, ont moins d'attrait pour la population francophone, ce qui explique d'ailleurs la raison pour laquelle on a assisté, au cours des 10 à 12 dernières années, au lancement de nouveaux services spécialisés francophones. Donc, quand on songe par exemple que, 72 p. 100 du temps, les téléspectateurs québécois regardent la télévision francophone, ce n'est pas en offrant un nouveau contenu américain qu'on va nécessairement augmenter la popularité du service.

Mme Tremblay: Je pense que c'est un exemple pour l'ensemble de la population canadienne.

M. Beaudry: J'essaie de vous offrir un complément d'information pour les téléspectateurs de votre région.

Mme Tremblay: C'est bon. Je suis contente.

The Chairman: Thank you again for coming. As I say, undoubtedly we'll be meeting Elizabeth Roscoe, wearing yet another hat.

Ms Roscoe: Absolutely.

The Chairman: God knows which one, but it's always a pleasant surprise to see the many things you do. Roger will go home and examine his cable bill with greater perplexity as a result of this. I look forward to seeing you again. Thank you for helping us.

The meeting is adjourned.

[*Translation*]

M. Stein: La règle en fait change le 1er janvier 1995. Jusqu'à présent nous avions l'autorisation d'offrir deux services américains pour chaque service canadien. À compter du 1er janvier 1995, lorsque les nouveaux services canadiens seront lancés, nous ne pourrons plus offrir qu'un seul service américain pour chaque service canadien. Mais le 1er janvier 1995, ou dès que nous pourrons lancer ces services, nous essaierons de le faire de manière à les offrir en bloc afin de ne sacrifier aucun des services que nous offrons actuellement.

Mr. Beaudry: As far as Quebec subscribers are concerned, it is obvious that American content, English content in general, is less attractive for the francophone population which indeed explains why the last 10 or 12 years have seen the launching of new francophone specialized services. So, when one knows for instance that 72% of the time, Quebec viewers watch French television, the provision of new American content will not necessarily increase the demand for the service.

Mrs. Tremblay: I think it is an example for the whole of the Canadian population.

Mr. Beaudry: I am just trying to provide additional information to the viewers in your area.

Mrs. Tremblay: All right. I am happy.

Le président: Encore merci d'être venu. Comme je l'ai déjà dit, il ne fait aucun doute que nous accueillerons encore Elizabeth Roscoe portant encore un autre chapeau.

Mme Roscoe: Absolument.

Le président: Dieu seul sait lequel, mais c'est toujours avec plaisir que nous notons la multiplicité de vos activités. Roger va rentrer chez lui et examiner sa facture de câble avec encore plus de perplexité après tout ça. J'espère vous revoir bientôt. Merci de nous avoir aidés.

La séance est levée.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid / Port payé
Lettermail / Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the UBI Consortium:

Sylvie Lalande, President and Director General.

From the Canadian Cable Television Association:

Ken Stein, President and Chief Executive Officer;

Elizabeth Roscoe, Senior Vice–President, Public Affairs and Regulatory Development;

Guy Beaudry, Vice–President, Corporate Affairs, Le Groupe Vidéotron Ltée.;

Barb Stanley, Vice–President, Legal Affairs, Fundy Cable.

TÉMOINS

Du Consortium UBI:

Sylvie Lalande, présidente–directrice générale.

De l'Association canadienne de télévision par câble:

Ken Stein, président et chef de la direction;

Elizabeth Roscoe, vice–présidente principale, Affaires publiques et reglémentation;

Guy Beaudry, vice–président, Affaires corporatives, Le Groupe Vidéotron Ltée.;

Barb Stanley, vice–présidente, Affaires juridiques, Fundy Cable.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Governme
Publicatio

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 20

Thursday, June 14, 1994

Chairperson: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 20

Le mardi 14 juin 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of culture and the information highway

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la culture et l'autoroute de l'information.

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

JUL 14 1994
University of Toronto

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chairperson: John Godfrey

Vice-Chairs: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Associate Members

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice-présidentes: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Membres associés

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

TUESDAY, JUNE 14, 1994
(25)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 3:50 o'clock p.m. this day, in Room 209, West Block, the Chairman, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Eleni Bakopanos, Bonnie Brown, Roger Gallaway, John Godfrey, Glen McKinnon, Louis Plamondon, Monte Solberg.

Other Members present: Réal Ménard.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: From the National Film Board of Canada: Joan Pennefather, Government Film Commissioner and Chairperson; Michelle d'Auray, Director, Communications and Corporate Affairs; Robert Forget, Director General, Services and Technological Development Branch; Gilles Roy, Senior Director General, Administration and Operations. *From the Stentor Telecom Policy Inc.:* Jocelyne Côté–O'Hara, President and Chief Executive Officer; Elisabeth Ostiguy, National Director, Government and External Relations; Mike Murphy, Vice–President, Government and External Relations.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), and its Order of Wednesday, April 27, 1994 a study of culture and the information highway. (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Tuesday, May 24, 1994 Issue No. 14*).

Joan Pennefather made a statement, and with the other witnesses from the National Film Board of Canada, answered questions.

Jocelyne Côté–O'Hara made a statement, and with the other witnesses from the Stentor Telecom Policy Inc., answered questions.

At 5:47 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE MARDI 14 JUIN 1994
(25)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 15 h 50, dans la salle 209 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Eleni Bakopanos, Bonnie Brown, Roger Gallaway, John Godfrey, Glen McKinnon, Louis Plamondon, Monte Solberg.

Autre député présent: Réal Ménard.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: De l'Office national du film: Joan Pennefather, commissaire du gouvernement à la cinématographie et présidente; Michelle d'Auray, directrice, Communications et affaires générales; Robert Forget, directeur général, Services et développement technologique; Gilles Roy, directeur général principal, Administration et opérations. *De Stentor Telecom Policy Inc.:* Jocelyne Côté–O'Hara, président et chef de la direction; Elisabeth Ostiguy, directrice nationale, Relations gouvernementales et extérieures; Mike Murphy, vice–président, Relations gouvernementales et extérieures.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) et à son ordre de renvoi du mercredi 27 avril 1994, le Comité poursuit son étude sur la culture et l'autoroute de l'information (*voir les Procès–verbaux et témoignages du mardi 24 mai 1994, fascicule n° 14*).

Joan Pennefather fait un exposé puis, avec les autres témoins de l'Office national du film, répond aux questions.

Jocelyne Côté–O'Hara fait un exposé puis, avec les autres témoins de Stentor Telecom Policy Inc., répond aux questions.

À 17 h 47, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Tuesday, June 14, 1994

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mardi 14 juin 1994

• 1551

The Chairman: Ladies and gentlemen, welcome to our continuing drama session that we are doing on culture on the information highway. At the risk of boring fellow members, I think we should recapitulate very briefly what we're up to here.

This study, called "Culture and the Information Highway", is really a prestudy for some work we will be doing in the fall on two different subjects. The subjects we're formally tasked with looking at in the fall are the role and financing of the CBC in a multi–channel universe, and also tangentially we will be looking at phase two of copyright legislation, although it may not be as early as we'd like.

Our strategy is to give ourselves some things to think about over the summer so that when we come back we will have perhaps internalized some of the big issues that confront all of us.

The way we're putting the question is to try to understand, first of all, the impact of the new technologies on the cultural industries, and secondly to locate the evolution of technology in terms of what it's doing to the marketplace. We will look at how it is changing and how we respond to that, both as cultural creators in terms of the National Film Board and also as policy–makers.

If we have a better sense of where you see the technology going, where you see the marketplace going, then that will help us in turn as we look at a whole variety of cultural institutions, notably the CBC, understand what might be some of the new forms of financing and what we can do that's effective in regulation or in fiscal policy, or whatever else.

I have to say, before turning it over to the commissioner, that I have an ancient conflict of interest. How's that? I used to be on the National Film Board as Atlantic representative. I have to confess in front of everyone that I still have the 16mm projector that rightfully belongs to the Atlantic office in Halifax. It's sitting in my house in Nova Scotia. I was going to bring it today. I may have to resign as a result of this. It's just negligence really. I have been meaning to give it back.

Perhaps 16mm isn't where it's all happening. I look forward to the commissioner introducing her team and bringing us up to date on where the Film Board is going in the context of the information highway.

Welcome.

Ms Joan Pennefather (Government Film Commissioner and Chairperson, National Film Board of Canada): Thank you, Mr. Chairman, and good afternoon to you and members of the committee. I am very pleased to be here today in my capacity as government film commissioner and chairperson of the National Film Board of Canada, and hope to contribute to your exploration of the impact of the information highway on Canadian culture.

Le président: Mesdames et messieurs, je vous souhaite la bienvenue à notre dramatique sur la culture et l'autoroute de l'information. Au risque de lasser mes collègues, je vais rappeler en quelques mots l'objet de nos travaux.

L'étude que nous entreprenons, qui porte le nom de «La Culture et l'Autoroute de l'information», est en fait la phase préliminaire à des travaux que nous réaliserons à l'automne sur deux questions différentes: le rôle et le financement de la Société Radio–Canada dans un univers multicanaux et, accessoirement, nous examinerons la deuxième partie de la Loi sur le droit d'auteur, sauf que cela ne se fera peut–être pas aussi rapidement que l'on voudrait.

Nous voulons nous donner matière à réflexion pendant les mois d'été dans l'espoir qu'au retour nous aurons bien assimilé les grands dossiers dont nous sommes saisis.

Tout d'abord, nous essayons de déterminer quels effets les nouvelles technologies ont sur les industries culturelles et, deuxièmement, de mesurer l'incidence des nouvelles technologies sur le marché. Nous allons examiner comment il évolue et réagit à ce phénomène, qu'il s'agisse des créateurs comme l'Office national du film ou des décideurs.

Une fois que nous saurons dans quelle direction, selon vous, la technologie et le marché évoluent, nous pourrons examiner tout un ensemble d'institutions culturelles, à commencer par Radio–Canada, pour voir quelles pourraient être les innovations en matière de financement, de réglementation et de politique financière.

Avant de donner la parole à la commissaire, je dois faire un aveu. Depuis longtemps, je suis en situation de conflit d'intérêts. Pourquoi? Il se trouve que j'ai déjà été le représentant de la région Atlantique à l'Office national du film. Or, j'ai encore en ma possession un projecteur de 16mm qui appartient au bureau de Halifax. L'appareil se trouve chez moi en Nouvelle–Écosse. Je voulais l'apporter aujourd'hui. Peut–être faudra–t–il que je remette ma démission à cause de cela. Ce n'est que de la négligence de ma part; j'ai toujours voulu le rapporter.

Remarquez, les appareils 16mm ne sont peut–être plus à la fine pointe de la technologie. J'invite maintenant la commissaire à nous présenter ses collègues et à nous situer l'Office national du film sur l'autoroute de l'information.

Je vous souhaite la bienvenue.

Mme Joan Pennefather (commissaire du gouvernement à la cinématographie et présidente de l'Office national du film du Canada): Merci, monsieur le président. Mes salutations à vous–même et aux membres du comité. Je suis très heureuse d'être ici aujourd'hui en ma qualité de commissaire du gouvernement à la cinématographie et présidente de l'Office national du film du Canada. J'espère contribuer utilement à votre étude sur les effets qu'aura l'autoroute électronique sur la culture canadienne.

[*Texte*]

With me today are three NFB senior managers, whom I may call upon to answer questions later on. Gilles Roy is senior director general, who can deal with any financial and human resources questions you may have; Robert Forget is director general, services and technological development, who has been instrumental in setting up our ramp onto the information highway; and Michelle d'Auray is director, communications, corporate affairs and customer services.

[*Traduction*]

Aujourd'hui, je suis accompagnée de trois cadres de l'ONF, à qui je ferai éventuellement appel pour répondre aux questions plus tard. M. Gilles Roy est directeur général principal et pourra vous renseigner sur les questions relatives aux finances et aux ressources humaines; M. Robert Forget est directeur général des services et du développement technologique et c'est lui qui nous a aidé à bâtir notre bretelle d'accès à l'autoroute électronique; M^me^ Michelle D'Auray est directrice des communications et des affaires générales.

• 1555

Your current topic of discussion and research is of tremendous if not crucial interest to the National Film Board of Canada.

Le thème de vos travaux revêt une importance capitale pour l'Office national du film du Canada.

L'autoroute électronique ou la convergence des moyens de communication et de diffusion qui nous permettront d'avoir accès sous peu à toutes sortes de services, de produits et de renseignements, représentent autant de défis que d'occasion pour le secteur canadien de l'audiovisuel et par le fait même pour l'Office national du film du Canada.

The information highway, or the coming together of communication and delivery systems that will soon give us access to a wide range of services, products and information, represents both challenges and opportunities for the Canadian audio–visual sector and thus for the National Film Board of Canada.

Mais avant d'approfondir cette question, permettez–moi, puisque c'est ma première comparution devant votre Comité, de vous dresser un portrait rapide de l'ONF. Comme vous le savez, monsieur le président, *and I am honoured that you should mention your association with the National Film Board*, l'Office national du film du Canada a été créé le 2 mai 1939 par une loi du Parlement. Il y a donc un peu plus d'un mois, nous avons célébré notre 55^e^ anniversaire.

Before dealing with this issue in more detail, please allow me, since this is my first time before your committee, to give you a quick overview of the NFB. As you know, Mr. Chairman, *et je suis honorée que vous ayez parlé de votre association passée avec l'Office national du film*, the National Film Board of Canada was created on May 2nd 1939 by an Act of Parliament. This means that a little more than a month ago, we celebrated our 55th anniversary.

L'ONF est une agence ministérielle qui se rapporte au Parlement par l'entremise du ministre du Patrimoine canadien. Nous sommes une institution qui par tradition, bénéficie d'une grande autonomie dans l'exercice de ses fonctions. Notre financement provient majoritairement d'un crédit parlementaire annuel de près de 80 millions de dollars, auquel s'ajoutent des recettes de 10 millions de dollars provenant de la vente et de la location de nos films et vidéos.

The NFB is a departmental agency accountable to Parliament through the Minister for Canadian Heritage. Traditionally, we have enjoyed great autonomy in the performance of our duties. Most of our financing comes from an annual parliamentary vote of close to 80 million dollars, supplemented by revenues of 10 million dollars from the sale and rental of our films and videos.

The NFB is a cultural organization unique in the world. It is an integrated public film and video production and distribution house where films are made from script to screen.

L'ONF est un organisme culturel unique en son genre dans le monde. Il s'agit d'une maison de production et de distribution intégrée de films et de vidéos où les oeuvres sont produites de bout en bout.

The NFB is mandated to make films that are in the public interest—films that are different and that will make a difference in people's understanding of one another. Our films are non–violent, non–racist and non–sexist. They respect the linguistic duality and cultural plurality of the country and they interpret Canada to Canadians and to the world.

L'ONF a pour mandat de produire des films qui servent l'intérêt public—des films différents qui changeront la façon dont les citoyens se comprennent entre eux. Nos films sont non violents, non racistes et non sexistes. Ils respectent la dualité linguistique et la pluralité culturelle du pays et ont pour mission de faire connaître le Canada aux Canadiens et aux autres nations.

The NFB is also an audiovisual archive, preserving and making available Canada's audiovisual heritage. It is a world–renowned research and technological development centre and a place where up–and–coming film–makers can make quality Canadian productions.

L'ONF, c'est aussi la mémoire visuelle du pays, qui préserve et diffuse notre patrimoine audiovisuel. C'est un centre de recherche et de développement technologique de renommée mondiale et le lieu où les cinéastes montants viennent réaliser des productions canadiennes de qualité.

[*Text*]

The NFB produces films and programs in all genres—animation, documentary, drama and docudrama—and in all formats, from short to feature–length films, giant screen films, CD–ROM discs, interactive videos and laser discs. We are probably best known for developing the documentary film—in fact we produce 40% of Canada's documentaries—and for innovative work in animation, including computer–generated animation.

Over our 55 years we have produced more than 9,000 titles and have received more than 3,000 awards worldwide. Of these, 9 are Oscars, including an honorary Oscar that was given to the NFB, and I quote, "in recognition of its dedicated commitment to originate artistic, creative and technological activity and excellence in every area of filmmaking".

The NFB has two production programs: one French and one English. The French program includes eight production units, i.e. an animation studio, four documentary studios, including two regional production centres, one in Toronto and one in Moncton, one fiction studio, one co–production studio and one specialized studio for educational productions, dubbing and the Federal Women's Film Program.

The English program has six regional production centres: the Pacific centre in Vancouver, the northwest centre in Edmonton, the prairie centre based in Winnipeg, the Ontario centre located in Toronto and the Atlantic centre in Halifax. Also, located at our operational headquarters in Montreal are four studios specializing in animation, multimedia, women's and documentary productions.

[*Translation*]

L'ONF produit des films et des programmes de toutes catégories—animation, documentaires, dramatiques et dramatiques–documentaires—et sous toutes les formes, qu'il s'agisse du court ou long métrage, de films sur écran géant, de disques optiques ROM, de vidéos interactives et de disques lasers. Nous sommes surtout connus pour avoir donné son essor au film documentaire—de fait, nous produisons 40 p. 100 des documentaires canadiens—et pour l'innovation que nous avons manifestée dans le domaine de l'animation, y compris l'animation générée par ordinateur.

Au cours de nos 55 ans d'existence, nous avons produit plus de 9 000 titres et avons mérité plus de 3 000 distinctions partout dans le monde. Parmi elles, figurent neuf Oscars, dont un Oscar honoraire décerné à l'ONF pour son attachement à l'activité artistique, créatrice et technologique et l'excellence dans tous les domaines de l'activité filmique.

L'ONF comprend deux programmes de production, le programme français et le programme anglais. Le programme français regroupe huit unités de production, soit un studio d'animation, quatre studios consacrés aux documentaires, y compris deux centres de production régionaux, situés à Toronto et à Moncton, un studio de fiction, un studio de coproduction et enfin un studio spécialisé pour les productions éducatives, les versions et le programme fédéral des femmes.

Le programme anglais compte six centres de production régionaux: le centre du Pacifique à Vancouver, celui du Nord–Ouest à Edmonton, celui des Prairies à Winnipeg, celui de l'Ontario à Toronto et celui de l'Atlantique à Halifax. De plus, le siège d'exploitation de Montréal compte quatre studios qui se spécialisent dans l'animation, le multimédia, la participation des femmes et les documentaires.

• 1600

Nous travaillons donc avec des cinéastes partout au pays. Un peu plus de 70 p. 100 de nos films sont réalisés par des cinéastes indépendants. Et c'est grâce à leur talent et à leur vision que l'ONF produit près de 100 films chaque année. À titre d'exemple, nous venons tout justement d'aider une cinéaste de Terre–Neuve à compléter son film sur le tribunal des femmes, tenu à Vienne, dans le cadre de la réunion des Nations Unies, sur les droits de la personne.

This means we work with film–makers in all parts of the country. Slightly more than 70% of our films are made by independent film–makers. Thanks to their talent and vision, the NFB produces close to 100 movies a year. For example, we recently helped a Newfoundland film–maker to complete her movie on the women's court, in Vienna, that held its session during a United Nations meeting on human rights.

Deux cinéastes d'Edmonton sont partis début mai, pour tourner un film sur nos casques bleus, situés en Bosnie. Pour sa part, un cinéaste de l'ONF, Bernard Gosselin, vient tout juste de lancer son dernier film intitulé, *L'arche de verre* qui porte un merveilleux regard sur la création du Biodôme de Montréal. Et cet automne, on lancera un film sur les mariages mixtes, où chaque partenaire parle soit l'anglais ou le français dans *Mon amour, my love.*

Two Edmonton film–makers left in early May to do a production on Canadian peacemakers in Bosnia. Another NFB filmaker, Bernard Gosselin, recently launched his last movie, *L'arche de verre*, a whimsical look on the Montreal Biodome. This fall, a new film will come out on mixed marriages, that is where one of the partners speaks either French of English, called *Mon amour, my love.*

Si la production est au coeur de notre mandat, la distribution en est le pouls. Nous devons rejoindre nos auditoires et nous devons fournir aux Canadiens et aux Canadiennes, toutes les occasions possibles de voir et d'apprécier nos productions. C'est pourquoi nous avons mis sur pied toute une série de mécanismes de distribution. Les Canadiens et les Canadiennes ont donc accès à nos productions par l'entremise d'une ligne téléphonique pancanadienne sans

If production is the heart of our mandate, distribution is our lifeline. We must reach audiences and give Canadian men and women every opportunity to see and appreciate our productions. For this reason, we created a complete range of distribution vehicules. For example, Canadians can access our productions using a toll–free Canada–wide phone number. Our films and videos can be found in any of our eigth film libraries, our 27 associate libraries and in more than 400 public libraries across

[*Texte*]

frais. Ils trouvent nos films et vidéos dans nos huit cinémathèques, nos 27 bibliothèques partenaires et dans plus de 400 bibliothèques publiques, situées un peu partout au pays. Nous avons même déposé des vidéos à la bibliothèque du Parlement pour faciliter l'accès des députés et sénateurs à notre collection. Et nous avons annoncé ce service sur le canal parlementaire. Nos vidéos sont aussi disponibles dans des clubs vidéo et dans des grands magasins.

While video deposits in libraries are an important part of our distribution network, the most immediate and direct contact we have with our audiences is through television. In fact, we reach more than 85% of our audiences through that medium, and NFB productions are found on all networks and services.

We hold a unique place among Canadian production houses in that we supply programs to virtually every channel on your television line–up. In the very near future you will also be seeing many NFB productions on the new specialty services the CRTC has just licensed.

As I was saying earlier, as a public producer we have a responsibility to make sure our productions are seen by as many people as possible, and we use the most efficient and direct means to reach our audiences. Because of our mandate, as well as our knowledge of the television marketplace and the rapid developments in audiovisual delivery mechanisms, the NFB has strategically focused on getting our productions directly to Canadians, in their homes and workplaces.

In preparation for what we now have come to call the information highway, our efforts over the past two years have focused on three key strategies: transferring our 9,000–title collection on a flexible support base, thus making it easily accessible to whatever delivery mechanism would arise; developing an interactive database on our productions, so viewers would know what was available and what to choose; and working with private and public sector partners in developing and refining those very mechanisms that will ensure Canadians have access to NFB productions on the information highway.

These three strategies have involved the creation of the CineRoboteque, the NFB's robotized, computerized interactive viewing centre, where NFB films are available on demand and are supported by an extensive database on our collection; the establishment of a partnership with Stentor in testing digital video–on–demand services; and the development, with a private sector company, of a black box that compresses and digitizes analog signals.

[*Traduction*]

Canada. We even created a video deposit in the Library of Parliament to give members of Parliament and senators access to our collection. This service was also advertised on the Parliamentary Channel. Our videos are also available in video clubs and some department stores.

Même si les vidéothèques qui se trouvent dans les bibliothèques sont un maillon important de notre chaîne de distribution, le contact le plus direct et le plus immédiat avec notre auditoire s'effectue par l'intermédiaire de la télévision. De fait, nous touchons plus de 85 p. 100 de notre auditoire de cette façon puisque les productions de l'ONF sont programmées dans tout le réseau et sur tous les services.

Nous occupons une place unique parmi les maisons de production canadiennes en ce sens que nous fournissons en programmes la quasi totalité des chaînes auxquelles vous avez accès. Très prochainement, vous verrez aussi un grand nombre de productions de l'ONF sur les nouveaux services spécialisés que le CRTC vient d'autoriser.

Comme je le disais tout à l'heure, en tant que producteur public, nous devons veiller à ce que nos productions soient vues par le plus grand nombre de personnes possible et c'est pourquoi nous faisons appel aux méthodes de diffusion les plus efficaces et les plus directes qui soient. Vu notre mandat et comme nous connaissons le marché de la télévision ainsi que les progrès rapides des moyens de diffusion de l'audiovisuel, l'ONF s'est positionné de manière à amener directement notre production chez les Canadiens, chez–eux ou au travail.

En préparation à ce que l'on appelle dorénavant l'autoroute électronique, nous avons consacré les deux dernières années à trois grandes opérations: le transfert de notre collection de 9 000 titres sur un support flexible, ce qui nous permettra de nous adapter aux nouveaux modes de diffusion qui verront le jour, quels qu'ils soient; l'élaboration d'une base de données interactives permettant à la clientèle de savoir quelles productions sont disponibles et de faire son choix; et, enfin, la collaboration avec des partenaires du secteur privé et du secteur public afin de créer et de perfectionner les mécanismes qui permettront aux Canadiens d'avoir accès aux productions de l'ONF sur l'autoroute électronique.

Grâce à ces opérations, nous avons créé la CinéRobothèque. Il s'agit d'un centre de visionnement informatisé et robotisé interactif où les productions de l'ONF sont disponibles à la carte et largement documentées. Nous avons aussi noué des liens avec la société Stentor, ce qui nous a permis de tester les services numériques de vidéos à la carte. Nous avons également inventé, avec une compagnie privée, une boîte noire qui permet de comprimer et de numériser le signal analogique.

• 1605

Let me say a few words about the CineRobotheque. It is a source of great pride for all of us at the NFB because in just about every respect it was developed, researched, designed and implemented by our staff. The CineRobotheque, located in

J'aimerais vous parler brièvement de la CinéRobothèque. Tous les membres de l'ONF en tirent une grande fierté car ce sont eux qui, sous tous les rapports, l'on créée, qu'ils s'agissent de la conception, de la recherche, de sa création et de sa mise

[*Text*]

downtown Montreal, is a unique, on–demand viewing centre composed of 21 personal viewing units called CineScopes. Each module has a screening monitor, a control panel called a CineSelector, a work table and one or two chairs with integrated stereo sound.

With the CineScope you can select a film by consulting the NFB database and then view the film at your own pace using a touch screen to control the speed, the sound and other features, just as you would a standard video, but better.

The images, however, come from video laser–discs, which are manipulated by a robot. The robot was designed and developed by the Centre de recherches industrielles du Québec, CRIQ, for the NFB team headed by Robert Forget.

Our next step for the CineRobotheque will be to link it with the four main universities in Montreal, providing direct access to our collection to students through an analog transmission over fibre–optic cables. Thanks to support from CANARIE, we have started working with a Canadian company to develop a digitizer and real–time compressor that will allow for the transformation of an analog signal into a digital signal, thus ultimately providing for the direct transmission of our collection to the home, via either a telephone line or a cable delivery system.

In the kits we prepared for you, you will find detailed information about the CineRobotheque. There is only one thing to add, and that is an invitation to the committee to come to Montreal and experience the CineRobotheque for yourselves. We would be delighted to show you how we have built our ramp to the information highway.

Let me turn now to our partnership with Stentor. During the months of January to April of this year, 40 NFB titles were digitized and made available, on demand, to students at the University of Ottawa. This was the first true, video–on–demand test, using a digital signal transmitted over a phone line and received on a computer. The NFB was the first Canadian production house to participate in such a test.

During the test, students were able to dial up a film, have it appear on their computer screen, manipulate the image much as you would on a VCR, type in their notes on the computer as they were viewing the film, and even call for pizza on the same phone line.

Preliminary results have shown that the test was a success. The students found the video–on–demand service convenient, flexible and easy to use. It allowed them to study and work around their busy schedules. It gave them instant access to the course material, and they wanted one in their homes immediately.

The next VOD test will take place with consumers in a home environment. The NFB will be there to make sure Canadian productions are tested alongside foreign content and other services.

[*Translation*]

en service. Installée au centre–ville de Montréal, la CinéRobothèque est un centre de visionnement à la carte unique en son genre composé de 21 unités de visionnement individuelles appelées CinéScopes. Chaque module est composé d'un écran de visionnement, d'un panneau de commande appelé le CinéSélecteur, d'une table de travail et d'un ou deux fauteuils à sonorisation stéréophonique.

À l'aide du CinéScope, on peut choisir un film sur simple consultation du fichier de l'ONF, puis le visionner à son rythme à l'aide de l'écran tactile qui règle la vitesse de défilement, le volume et d'autres caractéristiques, comme s'il s'agissait de magnétoscopes courants mais plus performants.

L'image, par contre, provient d'un disque optique manipulé par un robot. Celui–ci a été conçu et fabriqué par le Centre de recherches industrielles du Québec, le CRIQ, pour l'équipe de l'ONF dirigée par Robert Forget.

Dans sa deuxième phase, la CinéRobothèque sera reliée à quatre grandes universités à Montréal, ce qui permettra aux étudiants d'avoir directement accès à notre collection grâce à la transmission analogique sur câble de fibre optique. Grâce à l'aide de CANARIE, nous avons entrepris de collaborer avec une compagnie canadienne afin de fabriquer un numériseur et un compresseur en temps réel qui permettront de convertir le signal analogique en signal numérique. À terme, cela nous permettra de transmettre directement chez l'usager l'ensemble de notre collection, soit par téléphone, soit par le câble.

Dans les trousses d'information que nous avons préparées, vous trouverez des renseignements détaillés sur la CinéRobothèque. Il ne manque qu'une chose, une invitation à vous rendre à Montréal pour faire vous–mêmes l'expérience de la CinéRobothèque. Nous serons ravis de vous montrer comment nous avons bâti notre bretelle d'accès sur l'autoroute électronique.

J'aimerais maintenant vous parler de notre association avec Stentor. De janvier à avril de cette année, 40 titres de l'ONF ont été numérisés et offerts sur un menu, à des étudiants de l'Université d'Ottawa. Il s'agissait du premier véritable essai de vidéo à la carte reposant sur la transmission par lignes téléphoniques d'un signal numérique reçu par ordinateur. L'ONF est la première maison de production canadienne a participé à un essai de ce genre.

Pendant l'essai, les étudiants ont pu commander un film par téléphone, le faire apparaître à l'écran de l'ordinateur, manipuler l'image comme on le fait à l'aide d'un magnétoscope, prendre des notes à l'ordinateur en cours de visionnement et même commander une pizza sur la même ligne téléphonique.

Les résultats préliminaires montrent que l'essai a été couronné de succès. Les étudiants ont jugé que le service de vidéo à la carte était commode, souple et facile à utiliser. Il s'adaptait également à leur emploi du temps chargé puisqu'ils avaient instantanément accès à la matière du cours. Chacun voulait un appareil chez soi immédiatement.

Le prochain essai de vidéo à la carte s'effectuera chez le consommateur, à la maison. L'ONF veillera à ce que des productions canadiennes, et non seulement des produits étrangers, et d'autres services fassent l'objet de l'essai.

[*Texte*]

Les efforts que nous déployons depuis un peu plus de deux ans, visent à offrir en fin de compte un accès direct à nos productions, un accès direct à un contenu canadien de choix, car c'est le contenu canadien qui est véritablement au coeur du débat et de la transformation technologique que nous vivons.

L'autoroute électronique doit faire en sorte que les oeuvres canadiennes rejoignent directement leurs auditoires et l'ONF, comme tous les organismes culturels canadiens, a la responsabilité d'assurer une présence canadienne riche, forte et stimulante sur toutes les composantes de cette autoroute.

• 1610

Tous les intervenants et tous les prestateurs de nouveaux services électroniques, téléphoniques, câblés ou par satellite doivent reconnaître, de façon manifeste et concrète, que les productions canadiennes sous toutes leurs formes sont souhaitables, rentables et populaires. Ils doivent donc s'assurer de leur confier une place de choix dans l'éventail des services et des mécanismes de diffusion qui se développent à toute allure.

The communications world is fast converging and evolving. We are collectively at the point where major policy issues will be debated over the coming months, issues such as the convergence of the telecommunications and broadcasting acts; ownership control of the famous "infobahn"; regulation or gatekeeping of the information highway's content and services; technical standards; access, freedom of expression, and privacy; service costs; copyright protection and payment. All are key and must be fully discussed and debated, while at the same time tests must be allowed to proceed and technological developments encouraged.

While we may be a few years from saying, like Raymond Smith, the chairman of Bell Atlantic, that "we will be too busy watching the telephone to answer the television", we are nonetheless in a major transition phase that will make or break Canadian content producers and distributors. At the NFB we are altogether too familiar with the challenges of promoting and distributing films in Canada. This challenge will only increase with the advent of direct–to–home technologies.

We ask you to consider, Mr. Chairman and committee members, during the course of your deliberations, how Canadian producers such as the NFB will have access to the information highway, whatever form it takes, and how audiences will be made aware of the availability of Canadian programming service options. Mr. Chairman, if these issues go unresolved, Canada will lose valuable opportunities to strengthen its cultural presence.

While it is difficult to predict what the future holds, we do know that very soon anyone with a telephone and a television or a computer will be able to access, on demand, videos, databases, and electronic services. We at the NFB are well prepared to travel on the information highway. We are excited at the opportunities it holds for us to reach Canadians directly, but we will need your support and that of others for our role as a cultural agency in bringing more of Canada onto that highway.

[*Traduction*]

Our efforts in the past two years or so aim at eventually providing direct access to our productions and to quality Canadian content because Canadian content is at the heart of the debate and the technological change we are going through.

The information highway must ensure that Canadian creations reach directly their target audience. In addition, the NFB, like all Canadian cultural institutions, must ensure there is a rich, strong and stimulating Canadian presence on all segments of this information highway.

All participants and operators of new electronic, telephone, cable and satellite services must recognize in a clear and tangible way that Canadian productions of all formats are desirable, cost–effective and popular. For this reason, they must create for them a choice niche in the range of services and delivery systems that are quickly being developed.

Le monde des communications évolue rapidement vers la convergence. Ensemble, nous ferons face dans quelques mois à un grand débat sur des questions comme la convergence des lois sur les télécommunications et la radiodiffusion, la propriété de l'«infobahn», la réglementation du contenu et des services de l'autoroute électronique, les normes techniques, l'accès, la liberté d'expression et le droit à la vie privé, le coût du service, la protection et le versement des droits d'auteur. Il s'agit–là de questions sociales qui doivent faire l'objet d'un débat exhaustif au moment où il faudra continuer de procéder à des essais et encourager l'innovation technologique.

Même s'il faudra encore quelques années avant de pouvoir dire, comme Raymond Smith, le président de Bell Atlantic, que «nous serons trop occupés à regarder le téléphone pour répondre à la télévision», il reste que nous sommes dans un grand virage dont dépend la survie des producteurs et des distributeurs de contenu canadien. À l'ONF, nous ne connaissons que trop les défis que représentent la promotion et la distribution de films au Canada. Ce défi sera encore plus difficile à relever avec l'arrivée de technologies de transmission directe au foyer.

Monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du comité, nous vous demandons, au cours de vos délibérations, d'examiner la question de savoir comment les producteurs canadiens comme l'ONF pourront monter sur l'autoroute électronique, quelle que soit sa forme future, et comment l'auditoire sera informé des services canadiens qui lui seront offerts. Si ces questions restent sans réponse, monsieur le président, le Canada aura perdu une occasion précieuse de renforcer sa présence culturelle.

Même s'il est difficile de prédire de quoi l'avenir sera fait, nous savons que très prochainement il suffira d'un téléphone, d'un téléviseur ou d'un ordinateur pour avoir accès, à la carte, à des vidéos, des bases de données et des services électroniques. À l'ONF, nous sommes prêts à rouler sur cette autoroute électronique. Nous sommes stimulés par les possibilités qu'elle nous offrira de joindre directement les Canadiens, mais il nous faudra votre aide à vous, et d'autres, pour que l'organisme culturel que nous sommes étende cette autoroute à un nombre croissant de Canadiens.

[*Text*]

Mr. Chairman, with your permission, I'd like to take a few more minutes of your time to show you a very short video on the CineRobotheque. The video was produced by Société Radio–Canada for its program *Découverte*. The program is in French, but I think we'd like you to take a look at the images and to visually present to you some of the points I've been making about the CineRobotheque.

The Chairman: Now, mind you, the committee members may want to send out like the university students for pizza, but that's—

Ms Pennefather: That'll be a sign of success, it would appear. Thank you.

[*Video presentation*]

• 1615

Ms Pennefather: Thank you, Mr. Chairman.

The Chairman: Thank you.

Ms Pennefather: We're happy to respond to any of your questions.

• 1620

Le président: Vous devrez vous limiter à cinq minutes par tour pour les questions parce que nous avons deux groupes de témoins. Le groupe Stentor est déjà arrivé. Monsieur Plamondon.

M. Plamondon (Richelieu): Il y a quelque chose qui me fatigue un peu. Dans l'article de l'*Ottawa Citizen* qui est dans les notes que nous a remises la bibliothèque, on parle du gouvernement qui pourrait aider à former des concurrents à des compagnies de câblodistribution existantes. C'est–à–dire qu'on aiderait les compagnies de téléphone à concurrencer les compagnies de câblodistributeurs existantes. Voyez–vous cela d'un bon oeil? Est–il dans l'intérêt du public que les gouvernements favorisent une telle concurrence?

Je vous pose cette question parce que je sais que Vidéotron est très fort à Montréal. Si l'on crée un concurrent ailleurs, est–ce qu'on se place en bonne situation par rapport à l'autoroute électronique de l'avenir? Quels avantages et quels inconvénients voyez–vous à cette intention gouvernementale?

Mme Pennefather: Je vais commencer la réponse, et je vais demander à mes collègues de la compléter.

En général, en ce qui concerne l'autoroute électronique, à l'Office national du film on veut faire en sorte que nos productions soient disponibles. Dans un certain sens, on se prépare une pièce maîtresse pour l'avenir. D'ici là, on est prêt à travailler avec toutes sortes d'intervenants, y inclus les compagnies de câblodistribution et les compagnies de téléphone. Il serait important que l'Office utilise cette période d'expérimentation pour aller plus loin dans ses projets, mais aussi que les compagnies de téléphone et les compagnies de câblodistribution utilisent les productions canadiennes dans leurs tests.

Il sera difficile d'aller un peu plus de l'avant dans ce projet sans travailler avec les compagnies d'un côté ou l'autre qui interviennent ces jours–ci. Je sais que c'est un monde très complexe et très compétitif en ce moment. Je viens d'arriver, avec ma collègue Michelle, du Banff Television Festival, où on a beaucoup discuté de ce dossier.

[*Translation*]

Monsieur le président, avec votre permission, j'aimerais prendre quelques minutes de plus pour passer une très courte vidéo sur la CinéRobothèque. Il s'agit d'un épisode de l'émission *Découverte* de Radio–Canada. Le reportage est en français, mais attardez–vous surtout aux images qui illustrent bien ce que je viens de dire à propos de la CinéRobothèque.

Le président: Sauf que les membres du comité voudront peut–être comme les étudiants d'université commander une pizza, mais ça. . .

Mme Pennefather: Ce sera le signe que ça marche. Merci.

[*Présentation d'une vidéo*]

Mme Pennefather: Merci, monsieur le président.

Le président: Merci.

Mme Pennefather: Nous serons heureux de répondre à toutes les questions que vous voudrez nous poser.

The Chairman: You will have to limit yourselves to five minutes per turn for questions since we have two groups of witnesses. The people from Stentor are already here. Mr. Plamondon.

Mr. Plamondon (Richelieu): There is something that causes me some concern. According to the *Ottawa Citizen* article which is to be found in the background information that was provided to us by the library, the government might end up contributing to the emergence of competitors for existing cable companies. In other words, we would be helping telephone companies to compete with existing cable operators. Do you see this as a good thing? Would it be in the public interest for government to promote such competition?

The reason I ask this question is that I know that Vidéotron is in a very strong position in Montreal. If we help to create competition elsewhere, would this enhance our position with respect to the new electronic highway? What are the advantages and the disadvantages to this type of government support?

Ms Pennefather: I would like to begin to answer your question and then turn to my colleagues to give you further information.

Generally speaking, with respect to the electronic highway, we at the National Film Board want to make our productions available. In a way, we are laying the groundwork for the future. But until such time as the infrastructure has been developed, we are willing to work with all the different stakeholders, including cable and telephone companies. We are still in the experimental stages, and it is important that the NFB move forward with its own projects, but also that the cable and telephone companies use Canadian productions in their tests.

It would be difficult for us to move forward without dealing with companies involved on both sides of this issue. I know that we are presently faced with a very complex and competitive environment. I have just returned from the Banff Television Festival which I attended with my colleague Michelle, and this issue was a major topic of discussion.

[*Texte*] [*Traduction*]

• 1625

Mme Michelle D'Auray (directrice, Communications et affaires générales, Office national du film du Canada): Comme Robert pourra probablement le dire davantage, nous avons commencé les discussions justement avec Vidéotron pour faire une transmission de signaux. On explore actuellement autant les services de téléphone, ou la téléphonie, que le service de câblodistribution parce que l'un et l'autre ont des avantages pour nous, et l'un et l'autre ont des avantages pour les producteurs.

M. Plamondon: Dans l'éventualité du succès de la présence canadienne et québécoise dans ce grand réseau des 500–là, y a–t–il un danger de voir une compagnie comme Bell embarquer comme ça dans la câblodistribution? Est–ce qu'on va fragmenter avec ça la force du marché? Est–ce que les plus petites compagnies qui existent et qui font un bon travail vont être capables de survivre? Et est–ce qu'on ne crée pas un danger de monopole là–dessus?

M. Robert Forget (directeur général, direction des services et développement technologique, ONF): L'attitude de l'ONF a été de continuer sa tradition de rendre autant que possible ses films accessibles; on a utilisé dans le passé tous les moyens incluant un réseau parallèle de distribution de 16 mm qui nous a permis de prêter des projecteurs à différentes personnes et institutions.

Aujourd'hui, notre objectif a été de rendre la collection accessible. Avec la CinéRobothèque, c'est un service continu et disponible six jours par semaine, toutes les semaines. Il ne s'agit pas d'une démonstration. Il ne s'agit pas d'un projet pilote. Il s'agit réellement d'un service public.

Quand on donne un service public, il faut tenir compte des coûts. Actuellement, nous donnons le service public dans un local, parce que c'est la formule la plus économique qu'on puisse imaginer aujourd'hui. Aussitôt que des partenaires seront prêts à nous aider à donner les services à distance, nous serons prêts à travailler avec eux.

Vous comprenez que nous ne sommes pas en mesure de payer les coûts et les tarifs de communication astronomiques d'aujourd'hui. On est donc ouverts à tout partenaire qui aurait pour objectif de réduire sérieusement ses coûts pour nous permettre d'amorcer l'expérience de l'autoroute électronique.

L'objectif d'une institution comme l'Office national du film est de faire des expériences et des démonstrations de service continu qui ont pour effet de stimuler l'imaginaire collectif. Il ne s'agit pas uniquement de parler de l'autoroute électronique, mais aussi de donner des services continus.

Un de nos objectifs à court terme, c'est de brancher la CinéRobothèque à certains de nos bureaux de distribution à travers le pays. Le premier bureau sur la liste est celui d'Ottawa.

M. Plamondon: Quand le ministre Manley parle d'aider les créateurs Canadiens et Québécois, il parle d'aide à la production. Comment voyez–vous cela? La concurrence mondiale sera épouvantable. On sait qu'on vit le grand village, la mondialisation. Cela ressemble beaucoup plus à une prise en mains par Hollywood de la culture mondiale que d'un véritable désir de faire connaître les différentes cultures qui existent à travers le monde. Il ne fait pas de doute que les Américains ont

Ms Michelle D'Auray (Director, Communications and Corporate Affairs, National Film Board of Canada): Robert will probably be able to tell you more about this, but we have begun discussions with Vidéotron regarding the distribution of signals. We are presently looking at how our products could be distributed either by the telephone system or the cable system since there are advantages to both of these systems for us as well as for our producers.

Mr. Plamondon: In the event that the Canadian and Quebec presence can indeed be maintained in this big network of 500 or more channels, is there a danger in having a company such as Bell get involved in cable distribution? Would this not lead to a fragmentation of the market? Would the smaller companies that are doing a good job now be able to survive? Also, is there not the danger of creating a monopoly?

Mr. Robert Forget (Director General, Services and Technological Development Branch, NFB): Historically, the NFB's position has always tended to ensure maximum availability of its films; in the past, we have used every means possible to achieve this goal, including having a parallel 16 mm distribution network, which enabled us to lend projectors to various individuals and institutions.

Today, our goal is to make our collection accessible. The CineRobotheque provides ongoing service six days a week. This is neither a demonstration project nor a pilot project. It is really a public service.

Whenever we provide a public service, the cost factor has to be taken into account. At the present time, this public service is being provided in a particular location, because that is the most economical system we have been able to come up with. As soon as we find partners willing to help us provide remote services, we will of course be ready to work with them.

As you can understand, we are not in a position to take on the costs associated with this and pay the exorbitant rates that are being charged today. We are therefore open to discussions with potential partners who might be willing to provide us with service at a significantly reduced cost to allow us to get involved in the information highway experiment.

The purpose of an institution such as the National Film Board is to conduct experiments and demonstrations of continuous services in order to stimulate our collective imagination. Getting on to the information highway is one thing, but we must also provide ongoing services.

One of our short term objectives is to connect the CineRobotheque with some of our distribution offices across the country. The first one on the list is the Ottawa office.

Mr. Plamondon: When Minister Manley talks about helping Canadian and Quebec creators, he is speaking in terms of production assistance. How do you see this? World–wide competition will be quite fierce. It is said that we are living in the global village, that this is the era of globalization. But I see in this much more a sign that Hollywood wants to take control of the world culture, rather than a real desire to promote awareness of the different cultures that are to be found in

[*Text*]

remplacé les armes à feu par les armes du cinéma et de la production artistique pour maintenir leur influence sur le monde. Nous devrons vivre avec cette concurrence épouvantable. Ce sera emballant si nous savons produire des produits de qualité.

Donc, le ministre Manley dit qu'il va falloir aider les créateurs. Comment est–ce que les gens de l'Office national du film, qui se sont toujours débrouillés avec un peu d'argent du gouvernement, mais surtout avec beaucoup d'initiative, voient cela? Quels moyens privilégiez–vous? Est–ce que ce sont les subventions, les prêts garantis, des mesures fiscales?

Mme Pennefather: C'est une excellente question, parce qu'on ne peut qu'appuyer tout projet qui mette les fonds nécessaires dans les mains des créateurs Canadiens. En ce moment, il est crucial que le montant d'argent disponible, par l'entremise du Parlement ou par le monde corporatif, augmente. Comme Robert vient de le dire, on ne parle pas d'une infrastructure. On parle de l'information, du contenu.

• 1630

À cet égard, le Canada a toujours eu des créateurs et des talents extraordinaires, notamment en cinéma, mais on a toujours le problème qu'on avait dès le début: la distribution et la visibilité de nos films. C'est une excellente comparaison à faire.

Par contre, on peut parler de l'intérêt de toutes les parties de ce secteur. Si cela continue, cela devrait conduire à une augmentation de la production partout au Canada. On ne peut qu'appuyer cet aspect, mais il est toujours important de faire en sorte qu'il y ait un partenariat entre le secteur public et le secteur privé, et que ce partenariat continue de mettre l'accent sur les aspects publics.

Même si on a une augmentation de la production, comme vous l'avez bien dit, il y a une concurrence internationale extraordinaire. Je pense que, dans toutes les décisions qu'on devra prendre, on devra pencher vers l'intérêt public.

J'espère que les partenaires resteront toujours les maisons culturelles canadiennes comme l'Office national du film. Je suis très contente que vous ayez mentionné une initiative. Aujourd'hui, nous avons fait une démonstration. Nous avons dit que la maison existait au Canada depuis 55 ans. Quelle brillante idée, parce qu'il y a 9 000 titres de prêts pour l'infobahn. C'est là et prêt à entrer dans le système.

Le président: Merci, madame Pennefather.

Monte Solberg.

Mr. Solberg (Medicine Hat): Thank you, Mr. Chairman. I have a question about the public interest. You mentioned public interest a couple of times. How do you define what films are in the public interest?

Ms Pennefather: Are you talking about the National Film Board of Canada production system?

Mr. Solberg: Yes.

Ms Pennefather: Basically, as you know, our law leaves us a very broad spectrum to interpret Canada to Canadians. Throughout the history of the National Film Board, that has resulted in a broad spectrum of films on various issues. The way

[*Translation*]

various parts of the world. There can be no doubt that the film industry and the distribution network for artistic productions have become the new weapons of choice the Americans use to maintain their hedgemony. We will have to come to terms with this frightful competition. It will be quite stimulating if we are able to create quality products.

So, Minister Manley says that we will have to help creators. How then do the people at the National Film Board, who have always managed to get by with a bit of government funding and lots of initiative, see this? What type of assistance do you think government should be providing? Should government help come in the form of grants, loan guarantees, tax measures?

Ms Pennefather: That is an excellent question, because our support for any project is conditional on the necessary funding being put in the hands of Canadian creators. Right now, it is critical that there be an increase in the amount of funding made available by Parliament or by the corporate sector. As Robert has just mentioned, we are talking not so much about the infrastructure, but about the information or content to be provided.

In this regard, Canada has always had extraordinary and gifted creators, including in film–making, but we still have the same problem we had in the beginning: film distribution and visibility. That is an excellent comparison.

On the other hand, all parties stakeholders in this area can be considered. If it goes on, it should lead to an increase in production everywhere in Canada. One can only support that, but it remains important to see to it that there be between the public sector and the private sector a partnership that continue to put emphasis on the public aspects.

Even if there is an increase in production, as you already mentioned, international competition is very strong. I think that, in all the decisions we will have to make, we will have to take the public interest into account.

I hope partners will always be Canadian cultural agencies like the National Film Board. I am very happy that you mentioned an initiative. Today, we made a demonstration. We said that our agency had been in existence in Canada for 55 years. What a brilliant idea, given that there are 9,000 titles for loan ready for the information highway. It's there and it's ready to go into the system.

The Chairman: Thank you, Ms Pennefather.

Monte Solberg.

M. Solberg (Medicine Hat): Merci, monsieur le président. J'aimerais poser une question au sujet de l'intérêt public. Vous l'avez mentionné à quelques reprises. Comment décide–t–on qu'un film sert l'intérêt public.

Mme Pennefather: Parlez–vous du système de production de l'Office national du film du Canada?

M. Solberg: Oui.

Mme Pennefather: Essentiellement, comme vous le savez, la loi nous accorde une grande marge de manoeuvre dans la présentation du Canada aux Canadiens. Tout au long de l'histoire de l'Office national du film, nous avons ainsi pu

[*Texte*]

that is done is largely through both the input of our creative staff and creators across this country, who come forward with various film projects, and our relationship with the community across the country, wherein you are looking at what issue people are talking about. What would be, in the next few years, an issue of concern to Canadians?

For example, in the whole area of violence in the media, for some time the Film Board has been developing media literacy programs. Now that the debate has reached a very important point in this country, we are pleased that we are positioned to offer different approaches to that particular issue.

So, as I said, it's a combination of many things. What fascinates us about the information highway is that when it is truly interactive, we will have even greater information, greater feedback from the public across the country.

The other aspect is that, in the basic issues surrounding film–making in this country, it is very difficult to put a film together. An organization like the National Film Board is there to do two things that are most interesting: one, to assist in the development of new film–makers; two, to take on ideas that are perhaps more risky, ideas that wouldn't be necessarily made in a commercial environment. It is a combination of both. We've evolved a great deal, particularly over the last 10 years, which has rendered film–making to the excellent point it's reached today.

So I think, while it's not a precise process, you've mentioned one of the core questions about the board, and one that we feel our total collection, as you look through it in any one year, responds to.

I have one last point, Mr. Solberg, on that. What interests us about the information highway is a new access to the full gamut of that collection as opposed to the more recent films, which perhaps one would be more aware of.

Mr. Solberg: I guess the reason I asked is it's my impression—I admit to being a layman in this area—that perhaps some people regard the National Film Board as being somewhat esoteric. A lot of the films are about subjects that maybe the population in general wouldn't normally watch. I guess that is the argument that the people who created the NFB had for creating it in the first place: it would be an alternative.

[*Traduction*]

produire un large éventail de films sur diverses questions. On y est arrivé en grande partie grâce à l'apport de notre équipe de créateurs et de créateurs de tout le pays, qui ont proposé différents projets de film, et grâce aux relations que nous entretenons avec la communauté dans toutes les régions du pays et qui nous permettent de nous pencher sur les questions dont les gens parlent. Tel ou tel sujet intéressera–t–il les Canadiens au cours des prochaines années?

Par exemple, en ce qui a trait à la violence dans les médias, pendant un certain temps l'Office national du film a conçu des programmes d'initiation aux médias. Maintenant que le débat a pris une telle ampleur, nous sommes heureux d'être en mesure de proposer différentes approches pour examiner cette question.

C'est donc, comme je le disais, une combinaison de différents éléments. Ce qui nous fascine dans l'autoroute de l'information, c'est que lorsqu'elle sera vraiment interactive, nous aurons encore plus d'information, plus de réaction de la part du public dans tout le pays.

Par ailleurs, pour ce qui est des questions que pose la production de films au Canada, je dirais qu'il est très difficile de produire un film. Une organisation comme l'Office national du film est là pour remplir deux rôles très intéressants: d'abord, contribuer à l'avancement de nouveaux cinéastes; deuxièmement, explorer des idées peut–être un peu plus risquées, des idées qu'on ne retiendrait pas nécessairement sur le marché commercial. C'est une combinaison des deux. Nous avons beaucoup progressé, surtout au cours des dix dernières années, grâce à quoi le cinéma a atteint le niveau d'excellence qu'il connaît aujourd'hui.

Bien que ce ne soit pas un processus précis, vous avez mentionné une des grandes questions qui se posent au sujet de l'Office, et nous estimons que toute notre collection, quelle que soit l'année de production qu'on examine, y apporte une réponse.

J'aimerais ajouter encore quelque chose, monsieur Solberg, pour finir. Ce qui nous intéresse dans l'autoroute de l'information, c'est qu'on aura désormais accès à toute la collection plutôt qu'aux films les plus récents, qui sont peut–être davantage connus.

M. Solberg: Si je pose la question, c'est que j'ai l'impression—j'avoue être un profane—que certains considèrent l'Office national du film comme quelque chose d'assez hermétique. Un grand nombre des films qu'on y produit traitent de sujets auxquels la population dans son ensemble ne porte normalement pas attention. Je suppose du reste que c'est la raison pour laquelle ceux qui ont créé l'ONF l'ont fait: pour qu'il offre quelque chose de différent.

• 1635

I'm just wondering if you would consider broadening the types of people who are involved in making the decisions about what types of films you make.

Ms Pennefather: On the other hand, you can't broaden it too far. Otherwise, you wouldn't get the project made. But I understand the nature of your point.

Let's take on the first issue as to whether Canadians watch NFB films.

Je me demande si vous envisageriez de faire participer davantage de personnes différentes à la prise des décisions quant aux types de films que vous produisez.

Mme Pennefather: D'un autre côté, on ne peut pas élargir la participation outre mesure. Sinon, le projet ne sera jamais réalisé. Je comprends quand même votre point de vue.

Prenons la première question, celle de savoir si les Canadiens regardent les films de l'ONF.

[*Text*]

Let me underline the importance of your question by saying that one of the greatest challenges to us and all film–makers is promoting what we do. Your colleague mentioned the American system in Hollywood. The cost of some of the promotion programs for one film equals our yearly budget, so you can imagine the competition.

The fact that nobody sees films is a total myth. A lot of people see the films—

Mr. Solberg: I didn't say that no one saw them.

Ms Pennefather: No, I understand, but there is a component that would say that these are not films in day–to–day use. There are some that are more on the artistic side, but the bulk of the material produced by the NFB, such as the *Feeling Yes, Feeling No* set of cassettes to assist young children in abusive situations, the federal women's film program, which has produced very practical materials for women in agriculture through to native women in non–traditional jobs, has long–term consistent use.

What is interesting about this new environment is that it is going to change totally your question and the answers to it. Our challenge—and you put it very well—is to make sure that people know what's available.

Michelle is our communications director and is now in charge of customer services. Do you want to add anything?

Ms d'Auray: Probably one of the best known films is *The Boys of St. Vincent*, which we co–produced. In total audiences, that has reached six million people, which is not an inconsiderable number. Some of our documentaries have reached between 800,000 and a million viewers. One film we did on teenage pregnancy had an audience share of 820,000. These are documentaries. Some of them are docudramas and some are fiction and they do reach audiences.

The trick in all of this—or the catch, I suppose—is the promotion, getting on–air and print promotion so that people will watch. When they know about them, they do watch Canadian productions and they do watch NFB productions in large numbers.

Ms Pennefather: Just one tiny point. Most conferences will tell you that documentaries are on the way back as a genre, and a documentary won the grand prize at the Banff Festival just last week. So we are pleased to hear that.

Mr. Solberg: Now, you claim that you produce 40% of all the films in Canada. Is that right?

Ms Pennefather: Documentaries.

Mr. Solberg: The other 60% would be produced by whom?

Ms Pennefather: You're talking independent film–makers and television broadcasters.

[*Translation*]

Je ferai ressortir l'importance de votre question en disant qu'une des plus grandes tâches que nous ayons, nous et les cinéastes, consiste à faire connaître ce que nous faisons. Votre collègue a mentionné le système américain à Hollywood. Le coût de programmes de promotion d'un film équivaut à notre budget annuel. Vous imaginez donc la concurrence.

Dire que personne ne voit les films, c'est entièrement faux. Beaucoup de gens voient les films. . .

M. Solberg: Je n'ai pas dit que personne ne les voyait.

Mme Pennefather: Non, je sais, mais certains diraient que ce ne sont pas des films montrés couramment. Certains films peuvent être classés comme étant davantage de nature artistique, mais le gros des documents produits par l'ONF, comme *Mon corps, c'est mon corps*, un ensemble de cassettes pour aider les enfants qui sont victimes d'agressions, ou le programme fédéral de films pour les femmes, qui a permis de réaliser des documents très utiles aux agricultrices ainsi qu'aux femmes autochtones qui ont des emplois traditionnellement réservés aux hommes, tous ces documents sont utilisés de façon continue et pendant longtemps.

Ce nouvel environnement est d'intéressant parce qu'il va changer complètement les questions qu'on se pose et les réponses qu'on y apporte. Notre tâche—et vous l'avez très bien dit—consiste à nous assurer que les gens savent ce qu'on peut leur offrir.

Michelle est notre directrice des communications et s'occupe maintenant des services à la clientèle. Voulez–vous ajouter quelque chose?

Mme d'Auray: Sans doute que l'un des films les plus connus est celui qui s'intitule Les garçons de St–Vincent, une de nos coproductions. Au total, il a été vu par six millions de personnes, ce qui n'est pas négligeable. Certains de nos documentaires ont été vus par 800 000 ou un million de spectateurs. Un film que nous avons fait sur les grossesses chez les adolescentes a été vu par 820 000 spectateurs. Ce sont là des documentaires. Certains sont des docudrames et d'autres des films de fiction et ils sont bel et bien montrés.

L'astuce, je suppose, c'est de faire de la publicité, de faire de la publicité écrite et audiovisuelle afin que les gens regardent ces films. Quand ils en sont informés, les gens regardent des productions canadiennes et ils sont très nombreux à regarder les productions de l'ONF.

Mme Pennefather: Un petit détail. Dans la plupart des conférences, on vous dira que les documentaires sont un genre en perte de vitesse, mais un documentaire a remporté le grand prix au Festival de Banff la semaine dernière. Nous sommes heureux de l'apprendre.

M. Solberg: Vous prétendez produire 40 p. 100 de tous les films faits au Canada. Est–ce exact?

Mme Pennefather: Des documentaires.

M. Solberg: Qui produirait les autres 60 p. 100?

Mme Pennefather: Des cinéastes indépendants et des radiotélé–diffuseurs.

[*Texte*]

Mr. Solberg: Do you feel that the money we pour into the National Film Board—probably you don't—gives you an unfair competitive edge over those other people and makes it harder for them to do their job and compete?

Ms Pennefather: No. I wish we had longer to discuss that question, and I would like to send you some more information, because it is, I think, a co–existence that is very important. Don't forget that 70% of what we do is done with independent film–makers. We're very much a part of the capacity of film production to exist in this country as opposed to competition, particularly in an area where it is difficult to achieve financing.

I don't see it as unfair competition. I see it as essential support. If we wanted to make a more narrow description of our positioning, the content, the kinds of films we will decide to make, the new film–makers we will work with, and the development of new technologies distinguishes the role of the NFB very dramatically.

Particularly in documentary film–making, we have a number of programs that are the life without which a number of other projects in the 60% would not be made.

• 1640

Mr. McKinnon (Brandon—Souris): You touched on this. This is in part, perhaps, a supplementary to Mr. Solberg's question.

I was interested in the 9,000 titles that I read about. Will a change of form be required to get this material onto the information highway? If so, what is the cost of doing so?

Mr. Forget: Right now we are in the process of transferring the material onto video disk. The reason we're doing that is it's a very stable, high–quality, inexpensive and uniform platform.

Basically, we consider that the law of 20:80 applies to us. That means 80% of the titles get 20% of the demand, and 20% of the titles get 80% of the demand.

We anticipate, as we get more experience and measure the reaction of the public to the collection, that we'll move when technology is available. Basically, it's not cost–effective right now. Some 20% of the titles that get the maximum demand are on digital servers.

Yes, we can access a larger number of clients. The CineRobotheque right now is able to provide service to 50 clients simultaneously. That's why we're trying to tackle the university. We'll provide services to a classroom or an amphitheatre instead of individuals, so the cost–effective equilibrium is better.

We will eventually move to digital servers, but the problem is that nobody knows exactly the best way to compress all the data to put it on the digital server. We feel our platform is very stable because, as technology evolves, we can always recompress the material using the robot to fill that digital server.

[*Traduction*]

M. Solberg: Pensez–vous que les fonds que nous versons dans l'Office national du film—ce n'est sans doute pas le cas—vous confèrent un avantage concurrentiel injuste par rapport aux autres et qu'il serait d'autant plus difficile de faire leur travail et de vous concurrencer?

Mme Pennefather: Non. J'aimerais que nous ayons plus de temps pour en discuter, mais je pourrais vous faire parvenir d'autres renseignements, parce qu'il me semble que c'est la coexistence qui est très importante. N'oubliez pas que 70 p. 100 de ce que nous faisons est produit avec des cinéastes indépendants. C'est en très grande partie grâce à nous plutôt qu'à la concurrence qu'il existe au Canada une capacité de production cinématographique, surtout dans un domaine où il est difficile d'obtenir un financement.

Je n'y vois pas là de concurrence déloyale. Je le vois plutôt comme un soutien essentiel. Si nous voulions resserrer notre mandat, réduire le contenu, les types de films que nous déciderons de produire, le nombre de nouveaux cinéastes avec qui nous travaillerons, il reste que l'arrivée de nouvelles technologies rend encore plus distinctif le rôle de l'ONF.

Surtout en ce qui a trait à la production de documentaires, nous offrons différents programmes sans lesquels ne pourraient être produits un bon nombre de projets qui font partie du 60 p. 100 des documentaires faits ailleurs.

M. McKinnon (Brandon—Souris): Vous avez parlé de cette question. C'est peut–être une question supplémentaire qui fait suite à celle de M. Solberg.

C'est au sujet des 9 000 titres dont il était question dans un document que j'ai lu. Faudra–t–il changer la présentation de ces documents pour qu'ils s'adoptent à l'autoroute de l'information? Si oui, combien cela coûtera–t–il?

M. Forget: En ce moment, nous sommes en train de transférer les documents sur disque optique. Nous le faisons parce que c'est un support très stable, de haute qualité, peu coûteux et uniforme.

Essentiellement, nous estimons que la règle des 20 et des 80 p. 100 s'applique à notre cas. Ce qui veut dire que 80 p. 100 des titres accaparent 20 p. 100 de la demande, et que 20 p. 100 des titres accaparent 80 p. 100 de la demande.

À mesure que nous connaîtrons mieux et pourrons mieux mesurer l'accueil que le public fera à la collection, nous prévoyons aller de l'avant quand la technologie sera disponible. Pour l'instant, ce n'est pas rentable. Environ 20 p. 100 des titres les plus demandés se trouvent sur serveurs numériques.

Oui, nous pouvons joindre un plus grand nombre de clients. La CinéRobothèque peut maintenant servir 50 clients en même temps. C'est pourquoi nous essayons d'inclure le milieu universitaire. Nous offrirons des services à une classe ou à un amphithéâtre au lieu de particuliers, ce qui améliorera la rentabilité.

Nous adopterons peut–être les serveurs numériques, mais le problème tient au fait que personne ne sait exactement quel est le meilleur moyen de comprimer toutes les données pour les transférer à un serveur numérique. Nous estimons que notre position est très stable parce qu'à mesure que la technologie progresse, nous pouvons toujours recomprimer les documents à l'aide du robot pour alimenter le serveur numérique.

[*Text*]

Probably, depending on how the network sets itself up in Canada, in our regional office we might have to set up those digital servers for that 20% of the titles with the maximum demand.

Basically, we can see that all the audiovisual cultural products have been done for the last 100 years in an analog fashion.

That's the bulk of the audiovisual culture. It's analog and it is involved. We can see that there will be three levels. There will be things that are involved and will take a week to access, and things on an analog server—like the CineRobotheque—that you get in one minute.

Probably there is a limited number of clients who can access this extremely large capacity. Our server can contain 10,000 hours of material. It would take you five years to screen, at eight hours a day and five days a week, all that material. There is no digital server that is able to contain that much material.

That's why we feel our position is quite stable in relation with the new technology and the digital technology, because it will take so many years to establish.

The Chairman: I hope you could find a digital compressor for debates in Parliament, particularly for those who are on duty.

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): Thank you, Mr. Chairman.

I have a couple of very short questions. You talk about the NFB producing films dealing with things such as children in abusive situations and native women in non-traditional jobs. I'm sure there are others.

Is it the statutory mandate of the NFB to be in the business of education? How does that relate to Canadian culture and content?

Ms Pennefather: It's a good question. I think, basically, if you define culture in a limited term as artistic activity, then we'll be there with the animations of Norman McLaren. If you ask a documentary film-maker to make a film, I think that film will be about our society, the people of this country, the beauty of this country, nature, or about some of the problems we face as human beings.

Essentially, that's the nature of the documentary that John Grierson was brought to Canada for, largely at the beginning for the war effort, and later on for other issues. In fact, his career was developed around it, and he invented this form.

• 1645

When our statutory mandate says we are to produce and cause to be produced and to promote and cause to be promoted films that interpret Canada to Canadians, that could result in a film you could simply define as a cultural object. But once that film is seen and talked about, it could be part of an educational mandate.

The result has been historically—and I think it's still the case—the largest users of NFB films are within educational systems across this country. These include educational television networks and the area you're discussing right now, the information highway, which will be used for education, as we've seen demonstrated and as I'm sure you will see in various universities.

[*Translation*]

Selon l'évolution que le réseau suivra au Canada, notre bureau régional pourrait devoir se doter de serveurs numériques pour ces 20 p. 100 de titres les plus demandés.

En somme, on constate que dans les 100 dernières années, les produits culturels sur support audiovisuel ont été produits de façon analogique.

Cela représente le gros de la culture audiovisuelle. C'est analogique et complexe. Nous pouvons prévoir qu'il y aura trois niveaux. Il y aura des choses compliquées qu'on mettra une semaine à obtenir, et des choses sur serveurs analogiques—comme la CinéRobothèque—qu'on obtiendra en une minute.

Il n'y a sans doute qu'un très petit nombre de clients qui ont accès à cette formidable capacité. Notre serveur peut contenir des documents représentant 10 000 heures de projection. Pour projeter tous ces documents sur écran, il faudrait cinq ans, à raison de huit heures par jour et de cinq jours par semaine. Aucun serveur numérique ne peut contenir autant de documents.

C'est pourquoi nous estimons être en assez bonne position pour l'arrivée de nouvelles technologies et de la technologie numérique, parce qu'il faudra beaucoup d'années pour mettre tout cela en place.

Le président: J'aimerais qu'on puisse trouver un compresseur numérique pour les débats au Parlement, surtout pour ceux qui sont de service.

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): Merci, monsieur le président.

J'aimerais poser deux ou trois brèves questions. Vous avez dit que l'ONF produit des films sur des sujets comme les enfants maltraités et les femmes autochtones qui ont des emplois traditionnellement réservés aux hommes. Je suis sûr qu'on y traite aussi d'autres sujets.

L'ONF a-t-il pour mandat de s'occuper d'éducation? Comment cela a-t-il trait à la culture canadienne et au contenu canadien?

Mme Pennefather: Voilà une bonne question. Je dirais que si l'on conçoit la culture au sens strict d'activités artistiques, nous y participons avec les films d'animation de Norman McLaren. Si on demande à un documentariste de faire un film, je pense que celui-ci traitera de notre société, des gens qui vivent dans notre pays, de la beauté de celui-ci, de la nature ou de problèmes que nous avons en tant qu'êtres humains.

En somme, c'est pour faire ce genre de documentaire que John Grierson est venu au Canada, surtout au début, pour ce qu'on a appelé l'effort de guerre, et plus tard pour traiter d'autres sujets. En fait, il en a fait une carrière, et il a inventé ce genre.

Notre mandat tel qu'il est énoncé dans la loi est de produire et de distribuer des films destinés à faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et promouvoir la production et la distribution de tels films. On pourrait donc définir tout simplement un film comme étant un objet culturel. Mais dès que ce film est vu et qu'on en parle, il peut faire partie d'un mandat éducationnel.

C'est ainsi que depuis toujours, les principaux utilisateurs des films de l'ONF sont les établissements d'enseignement du pays. Cela comprend les réseaux de télévision éducative et le domaine sur lequel vous vous penchez à l'heure actuelle, l'autoroute de l'information qui sera utilisée à des fins éducatives, comme on nous l'a démontré et comme, j'en suis certaine, vous le verrez dans diverses universités.

[*Texte*]

The films of the National Film Board will be there. We may be crossing lines inappropriately, I don't know, but it doesn't seem to have been a problem to date.

Mr. Gallaway: I assume the NFB has invested some tax dollars into CineRoboteque.

Ms Pennefather: That's correct.

Mr. Gallaway: What does that really have to do with Canadian culture? It would appear it's an extension of technology. What does it have to do with your mandate?

Ms Pennefather: Once again, the mandate is to produce and to distribute. The act of the National Film Board does not limit the way we do that. At one point 16mm films were taken across the country and shown in church basements; you all know the traditional stories behind the board. It jumped quickly to television. Then there was video cassette.

In other words, it would be very difficult, to go back to our point about public interest, to make those films and not assure they are seen. Therefore it is very much part of our mandate to assure, as I said in my address, we use whatever distribution system is most appropriate to reach as many people as possible. In so doing, as is the case traditionally with such studios as the women's studio, sometimes what evolves is a way of distributing and marketing your film as well.

I think as a cultural agency in this country you cannot just produce. You are going to have to assure those films are seen. Since our mandate includes distribution, we are also there to do whatever we can, obviously in partnership with other public and private players, so Canadian films are seen across this country.

Mr. Gallaway: In terms of the information highway, would you, as a crown corporation, request—I'm trying to put this delicately—that the Parliament of Canada protect the entry of the National Film Board into the whole process of the information highway, whatever that means? Or would you be willing to compete in an open marketplace?

Ms Pennefather: That's a very interesting question. First of all I want to note the Film Board is a ministry of government, not a crown corporation, which is important in terms of the specifics of your question. It may be that certain things come into play. But frankly I think we're quite ready to compete, and I say this not to be unfair but as a compliment. I think our films do have a large audience. In fact, judging from the demands coming our way, there's a lot of interest in the National Film Board being a partner in upcoming tests and information highways.

Michelle?

Ms d'Auray: The crux of the matter is all Canadian producers should have some easy access, because since the different mechanisms to reach Canadians are basically going to have a direct access to those viewers, or users—however you define them—the ultimate question is to make sure the Canadian material gets on.

[*Traduction*]

On y retrouvera les films de l'ONF. Nous allons peut–être inopportunément au–delà de notre mandat, je ne sais pas, mais cela ne semble pas avoir causé de problème jusqu'à présent.

M. Gallaway: Je suppose que l'ONF a investi une partie de l'argent des contribuables dans la CinéRobothèque.

Mme Pennefather: C'est exact.

M. Gallaway: Qu'est–ce que cela a vraiment à voir avec la culture canadienne? Cela semble être plutôt une extension de la technologie. Quel rapport cela a–t–il avec votre mandat?

Mme Pennefather: Encore une fois, le mandat consiste à produire et à distribuer. La loi qui régit l'Office national du film ne limite pas la façon dont nous pouvons le faire. À un moment donné, on montrait des films de 16 mm dans des sous–sols d'église un peu partout au pays; vous connaissez tous les histoires traditionnelles au sujet de l'Office. Il est vite passé à la télévision. Il y a eu ensuite les cassettes vidéo.

En d'autres termes, pour revenir à ce que nous disions au sujet de l'intérêt public, il serait très difficile de produire ces films et de ne pas nous assurer qu'ils sont vus. Par conséquent, comme je l'ai dit dans mon allocution, notre mandat nous autorise clairement à recourir aux réseaux de distribution les plus appropriés pour atteindre le plus de gens possible. Ce faisant—et cela a toujours été le cas des studios comme le studio des femmes—nous trouvons parfois également une façon de distribuer et de commercialiser nos films.

Je pense qu'en tant qu'organisme culturel du Canada, on ne peut pas seulement produire. Il faut s'assurer que ces films sont vus. Étant donné que notre mandat comprend la distribution, nous sommes également là pour faire tout ce que nous pouvons, naturellement en partenariat avec d'autres intervenants publics et privés, pour que les films canadiens soient vus dans tout le pays.

M. Gallaway: En ce qui concerne l'autoroute de l'information, en tant que société d'État, est–ce que vous demanderiez—j'essaie de vous poser cette question le plus délicatement possible—que le Parlement du Canada protège l'entrée de l'Office national du film dans le processus de l'autoroute de l'information, quel que soit le sens de cette expression? Où est–ce que vous seriez prêt à faire concurrence sur le libre marché?

Mme Pennefather: C'est une question très intéressante. Tout d'abord, je tiens à souligner que l'Office national du film est un ministère du gouvernement, non pas une société d'État, ce qui est une nuance importante par rapport à votre question. Certains éléments entreront peut–être en jeu. Mais franchement, je pense que nous sommes tout à fait prêts à faire concurrence, et je le dis non pas dans un esprit malin, mais à titre de compliment. Je pense que nos films ont un vaste auditoire. En fait, si on en juge d'après les demandes que nous recevons, on semble fort intéressé à ce que l'Office national du film soit un partenaire dans les essais prochains concernant l'autoroute de l'information.

Michelle?

Mme d'Auray: Le point crucial dans tout cela, c'est que l'accès de tous les producteurs canadiens devraient être facile, car puisque les différents mécanismes permettant d'atteindre les Canadiens devront avoir directement accès à ces téléspectateurs ou à ces utilisateurs—selon la façon dont on les définit—la question ultime consiste à s'assurer qu'on montre des productions canadiennes.

[*Text*]

The Film Board is a partner within the whole world of audiovisual production and information production in the country, so we would be quite willing and ready to "compete" with other Canadian producers for viewers and for attention. But it is crucial for Canadian materials to make their way onto the systems and to reach those audiences, because I think that's part and parcel of what this information system is and what these new information systems should bring to Canadians—access to that material.

• 1650

Ms Pennefather: That's partly what I was saying at the end of my remarks, Mr. Gallaway. We feel it is very important in fact that the National Film Board play its part, not only because of the 9,000 films technically that sit there, but that as a public agency we can in fact play a role without that question having to be put.

The Parliament of Canada, in its wisdom, already supports the production of films across this country, bringing the country not only an international reputation that's an envy of many, but also a collection of films that really is truly representative of the country. It is our responsibility to get in there and make sure that information highway serves our interests and, in so doing, the interests of the people of Canada.

I think the system is already there to assure that your public players' partnership, as complements to the private players, will make sure what the information highway of the future is going to be, whether you're talking educational programming or pure access directly into that bank.

By the way, when all the 9,000 films are in, the server is only half full. There is more room.

We could also play our part in bringing films to this country that have perhaps been seen once and never again. I think that's part of our responsibility.

I can assure you, whatever way it goes, as a publicly supported institution we'll be there. We should be called on the carpet if we're not. That's the way I see it.

Yes, Mr. Chairman.

The Chairman: I must say that I'm refraining from answering all the questions of the people because I feel still a vested interest as a former board member. I'm going to show restraint here.

Also, I would make one comment and ask just one related question.

The comment is that since my days, which I think were probably ten years ago now, it does seem to me that if we're reading the trends right, you're on the right track.

I'm struck by a remark that you made in your opening comments that relate to the notion of being an integrated production and distribution house. What I get from the text and from your presentation is that it's not a traditional production and distribution house anymore.

[*Translation*]

L'Office national du film est un partenaire avec le monde entier de la production audiovisuelle et de la production de l'information au pays, et nous serions tout à fait disposés et prêts à faire concurrence à d'autres producteurs canadiens auprès des utilisateurs. Mais il est crucial que les productions canadiennes puissent avoir accès au système et atteindre ces auditoires, car je pense que cela fait partie de ce que ce système d'information et de ce que ces nouveaux systèmes d'information devraient apporter aux Canadiens—un accès à ces productions.

Mme Pennefather: C'est en partie ce que je disais à la fin de mes observations, monsieur Gallaway. Nous estimons qu'il est très important en fait que l'Office national du film joue son rôle, non seulement en raison des 9 000 films qui sont techniquement là, mais parce qu'en tant qu'organisme public, nous pouvons en fait jouer un rôle sans que l'on ait à poser cette question.

Le Parlement du Canada, dans sa sagesse, appuie déjà la production de films dans tout le pays, ce qui fait que non seulement le pays a–t–il acquis une réputation internationale qui fait l'envie de bien d'autres, mais également il existe une collection de films qui représentent vraiment le pays. Nous avons la responsabilité de participer et de nous assurer que l'autoroute de l'information sert nos intérêts et, partant, les intérêts des Canadiens.

Je pense que le système est déjà là pour faire en sorte que le partenariat des intervenants publics, qui complète celui des intervenants privés, puisse définir l'autoroute de l'information de l'avenir, qu'on parle de programmation éducative ou purement d'accès direct à cette banque.

Au fait, une fois que les 9 000 films sont enregistés, le serveur n'est qu'à moitié plein. Il y a encore de la place.

Nous pourrions en outre faire notre part pour faire venir au pays des films qui ont peut–être été vus une seule fois. Je pense que cela fait partie de notre responsabilité.

Je peux vous assurer que d'une façon ou d'une autre, en tant qu'institution publique, nous serons là sinon nous devrions être sur la sellette. C'est ainsi que je vois les choses.

Oui, monsieur le président.

Le président: Je dois dire que je me retiens de répondre à toutes les questions que posent les membres du comité car j'ai l'impression d'être directement intéressé en tant qu'ancien membre de l'office. Je vais donc faire preuve de maîtrise de moi–même ici.

En outre, j'aimerais faire une observation et poser une seule question connexe.

L'observation que je voulais faire, c'est que depuis que j'ai quitté l'office, il y a sans doute maintenant dix ans, il me semble que l'orientation que vous avez prise est bel et bien la bonne, si j'ai bien compris la tendance.

Au cours de votre déclaration liminaire, vous avez dit que vous étiez une maison de production et de distribution intégrée, et c'est quelque chose qui m'a frappé. Si j'ai bien compris ce que vous avez écrit dans votre mémoire et ce que vous nous avez dit dans votre exposé, vous n'êtes plus une maison de production et de distribution traditionnelle.

[*Texte*]

I remember 10 years ago the problem was that there was such overhead, one could never get on with making films. That is overstating the case, but you will recall those days.

Now, as I understand it, there are really two kinds of activities that are promising in terms of relieving the public purse and also giving you a greater measure of independence. One is that you're developing technologies of distribution, that you're on the research side of the distribution house, if I could put it that way. That's what CineRobotheque is all about and that's what your collaboration with Stentor is about.

As is the way with this government, I keep wondering if that's not more to do with the industry committee and Mr. Manley, but I'm going to press ahead here.

Does that give you potential income? Are you developing licensing arrangements with others? Are you using a Swedish robot, but you're doing things with it that haven't been done before? The software is special, so do you actually have some rights that can be turned into cash as you try to market that, and how do you do that?

The other issue is that in the debate between carrier and content, which we've heard about lots in this study, there is an emerging view that the money part will come increasingly from content and that carriers are being commoditized or potentially commoditized, and that's not where the money will be made as it was in the past. I'm sure the people from Stentor will correct or reinforce this view.

If that's the case, part two, which is a money question as well, is that... I notice in the budget that roughly $82 million comes from a parliamentary appropriation and $8 million comes from revenue. Can you see on the content side, if content is cash and king, that there is a great opportunity to market more aggressively these things that you're doing, and in various forms? It's good that they're being digitized. I assume that means they can go on CD–ROM and a whole bunch of other things.

I gues my questions are about cash from distribution research and cash from content.

Ms Pennefather: Gilles, would you like to start?

M. Gilles Roy (directeur général principal, Administration et opérations, Office national du film du Canada): Oui, tout à fait.

On a développé tout le concept de la CinéRobothèque. On a des brevets là–dessus et on fait une mise en marché. On essaie de vendre ces concepts. Il y a eu beaucoup d'intérêt. Il y a eu beaucoup de gens qui sont venus visiter nos installations. Dans beaucoup de pays, on est intéressé à acquérir cette techonologie. On espère aller chercher des revenus de ce côté–là, à la fois sur le robot et sur la façon dont a organisé les banques de données. La façon dont les gens peuvent y avoir accès est importante.

[*Traduction*]

Je me rappelle, il y a dix ans, le problème était que les frais généraux étaient si élevés, qu'on n'arrivait jamais à faire de films. J'exagère peut–être un peu, mais vous vous rappellerez certainement de cette époque.

Or, si j'ai bien compris, il y a deux types d'activités qui sont prometteuses pour ce qui est d'alléger le fardeau du contribuable et de vous donner une plus grande autonomie. Tout d'abord, il y a le fait que vous êtes en train de mettre au point des technologies de distribution, c'est–à–dire vous participez à l'aspect recherche de la maison de distribution, si je puis m'exprimer ainsi. C'est l'objectif de la CinéRobothèque et de votre collaboration avec Stentor.

Je me demande si cette question ne concerne pas plutôt le comité de l'industrie et M. Manley, mais je continue quand même.

Est–ce que cela pourra vous apporter des recettes? Êtes–vous en train de préparer des accords d'octroi de licence avec d'autres? Est–ce que vous utilisez un robot suédois, avec lequel vous faites des choses qui n'ont jamais été faites auparavant? Le logiciel est spécial, de sorte que vous avez vraiment des droits qui peuvent rapporter de l'argent si vous essayez de le commercialiser. Comment faites–vous cela?

L'autre question, c'est qu'au cours du débat concernant les entreprises de communication et de contenu, dont nous avons beaucoup entendu parler au cours de cet examen, il y a un point de vue qui émerge selon lequel l'élément argent proviendra de plus en plus du contenu et les distributeurs sont banalisés ou pourraient être banalisés, et que ce n'est plus par la diffusion que l'on fera de l'argent, comme c'était le cas par le passé. Je suis certain que les représentants de Stentor me corrigeront si j'ai tort, ou renforceront ce point de vue s'il est juste.

Si c'est le cas, la partie deux, qui est une question d'argent également, c'est que... Je remarque dans le budget qu'environ 82 millions de dollars proviennent d'un crédit parlementaire et 8 millions de dollars proviennent des recettes. À votre avis, si le contenu doit rapporter, n'avez–vous pas là une occasion unique de commercialiser plus agressivement toutes ces choses que vous faites, et de façon variée? C'est une bonne chose que ce soit numérisé. Je suppose que cela veut dire que vous pouvez mettre le tout sur disque optique compact et faire toutes sortes d'autres choses.

Je vous demande donc si vos activités en ce qui a trait à la recherche, la distribution et le contenu peuvent rapporter de l'argent.

Mme Pennefather: Gilles, voulez–vous commencer?

Mr. Gilles Roy (Senior Director General, Administration and Operations, National Film Board of Canada): Yes, very much so.

We have developed the whole concept of the CinéRobothèque. We have patents and we are doing some marketing. We're trying to sell those concepts. A lot of people were interested, a lot of people came to visit our facilities. Many countries would be interested in acquiring such technology. We hope to be able to raise revenues from the robot as well as from the manner in which we organized our data banks. The way in which people can have access is important.

[*Text*]

D'autre part, la mise en marché de nos 9 000 titres devrait nous amener plus de revenus. Actuellement, on distribue les films qui sont sur vidéocassettes. Quand plus de gens auront accès à toute notre collection, cela devrait se répercuter sur nos revenus, qui sont d'ailleurs un peu à la hausse cette année hausse par rapport à l'année passée. De 8 millions de dollars, on est passés à 10 millions de dollars, et on a pour but d'augmenter ces revenus de 25 p. 100 au cours des trois prochaines années.

Ms Pennefather: Michelle just wanted to add a point.

Ms d'Auray: I think, however, that the competition, in a good sense, will be intense, because if you're looking at the full range of product services and information that will be available, it will be necessary to expend a tremendous amount of energy and dollars to make people aware that the Canadian materials and the NFB materials are there. It's all very well to dump the material, to have stuff on Internet, to have stuff on various ramps of the highway, but we will have to make sure that Canadians know where the material is, know how to access it, and where to get it. It's not evident within the erstwhile 500–channel universe that you're automatically going to turn to a service or a place where you will find that material without some kind of expenditure being made on the promotion of it.

The Chairman: I must say it's been a fascinating afternoon. Things have certainly changed since I was there, and it seems for the better. I should have left earlier. Thank you very much for coming, and thank you for helping us understand some of the new developments that are affecting your world. It seems you're well launched. So congratulations.

Ms Pennefather: Thank you, Mr. Chair. It's been a pleasure. I hope we can continue to provide you with information. The basis, however, has not changed that much, in the sense that the content is very important. The support of people of Canada for public production remains crucial. Thank you.

The Chairman: Well, thanks very much.

I apologize to Stentor for the delay. We were taken back about half an hour by the vote and then we dragged on a bit here. I thank you for your patience and thank you for coming. It does seem like a very nice segue from what we've heard from the National Film Board, since you also seem to be such close collaborators in some experiments with them.

Without further ado, I turn it over to you, Ms Côté–O'Hara and welcome you and your team. I will let you make the presentations and get on with it.

Ms Jocelyne Côté–O'Hara (President and Chief Executive Officer, Stentor Telecom Policy Inc.): Thank you, Mr. Chairman and members of the committee. I'm Jocelyne Côté–O'Hara, the president and chief executive officer of Stentor Telecom Policy Inc., a nice long name.

[*Translation*]

• 1655

Furthermore, marketing our 9,000 titles should increase our revenues. We are presently distributing films on videocassette, and our revenues should increase when more people have gained access to the full range of our collection; compared to last year, our income has already increased, from 8 million dollars to 10 million dollars, and our objective is to achieve a 25% increase over the coming three years.

Mme Pennefather: Michelle désirait seulement apporter une remarque.

Mme d'Auray: Je crois toutefois que la concurrence, dans le bon sens du terme, sera intense, car, si vous pensez à toute la gamme des produits, des services et de l'information qui seront offerts, il sera nécessaire de consacrer beaucoup d'énergie et des sommes importantes à la sensibilisation du public à la présence des produits canadiens et des produits de l'ONF. Si l'on déverse tous ces produits sur les différentes bretelles d'accès à l'autoroute électronique, si on les rend accessibles par Internet, cela est fort beau, mais il reste encore la nécessité de s'assurer que les Canadiens savent où trouver les produits, comment y avoir accès, comment les obtenir. Dans un univers à 500 canaux, il n'est pas évident que l'on va se tourner automatiquement vers un service ou un endroit où on pourra trouver le produit voulu, si on n'a pas consacré certaines sommes à la promotion de ce produit.

Le président: Je dois dire que je suis fasciné par ce que j'entends cet après–midi. Beaucoup de choses ont certainement changé depuis mon temps, et il semble que ce soit pour le mieux. J'aurais peut–être dû partir plus tôt. Je vous remercie vivement d'avoir bien voulu comparaître, et je vous remercie aussi de nous avoir aidés à comprendre certains des nouveaux facteurs qui influencent vos activités. Il semble que vous vous êtes bien lancés sur la bonne voie. Donc, toutes nos félicitations.

Mme Pennefather: Merci, monsieur le président. Nous sommes très heureux d'avoir pu comparaître. J'espère que nous pourrons continuer à vous informer. Les aspects fondamentaux n'ont pas tellement changé, et le contenu demeure très important. L'appui que la population canadienne apporte à un service de production public demeure essentiel. Merci.

Le président: Parfait, merci beaucoup.

Je prie Stentor de bien vouloir accepter nos excuses pour le retard. Le vote nous a retardés d'environ une demi–heure, et ensuite nous avons peut–être progressé un peu lentement. Je vous remercie de votre patience, et de votre présence. Il semble que vos commentaires doivent nous apporter une suite logique à ceux de l'Office national du film étant donné que vous avez déjà travaillé en collaboration très étroite avec l'office pour réaliser certaines expériences.

Sans plus tarder, je vous donne maintenant la parole, madame Côté–O'Hara, et c'est un plaisir pour moi de vous accueillir ainsi que votre équipe. Je vous demanderais de bien vouloir présenter vos collègues et de faire ensuite votre exposé.

Mme Jocelyne Côté–O'Hara (présidente et chef de la direction, Stentor Telecom Policy Inc.): Merci, monsieur le président et membres du comité. Je m'appelle Jocelyne Côté–O'Hara et je suis la chef de la direction de Stentor Telecom Policy Inc., un beau grand nom.

[*Texte*]

Cela me fait plaisir de représenter devant vous l'Alliance Stentor, qui regroupe les principales compagnies de téléphone desservant toutes les régions du Canada. Je suis accompagnée de M. Mike Murphy et de M^me^ Elizabeth Ostiguy, respectivement vice–président et directrice nationale aux relations gouvernementales et extérieures.

[*Traduction*]

I am pleased to be here today representing Stentor which includes Canada's major telephone companies serving all regions of Canada. With me today are Michael Murphy, Vice–President, and Elisabeth Ostiguy, National Director, Government and External Relations.

• 1700

Les compagnies Stentor emploient plus de 100 000 personnes d'un océan à l'autre, offrant des services de communication de pointe à des millions de foyers et d'entreprises dans tous les coins du pays. Il n'est donc pas surprenant que nos revenus soient substantiels, ce dont nous sommes très fiers. Ils étaient de 13 milliards de dollars l'an dernier.

In total, the Stentor companies employ more than 100,000 people from coast to coast bringing leading edge communications services to millions of homes and businesses in every part of Canada. As a result, our revenues are substantial; more than 13 billion last year; we are quite proud of such results.

It is also quite a point of pride for us and for Canada that the networks we build and have built are the best in the world. We have over $40 billion invested in these networks. In addition, we invest $4 billion to $5 billion a year to keep these systems up to date. We can also be proud of the fact that Canada has succeeded in bringing telephone services to approximately 99% of Canadian homes. I want to say 100%, but I always say approximately 99%. It is one of the highest, if not the highest, penetration rate in the world.

Nous avons raison d'être fiers, et le Canada aussi, des réseaux que nous avons mis en place, car ils sont parmi les plus modernes au monde. Nous y avons investi déjà plus de 40 milliards de dollars, et nous consacrons de 4 à 5 milliards par année à l'amélioration de ces systèmes. Nous pouvons aussi tirer fierté du fait qu'environ 99 p. 100 des foyers canadiens ont maintenant le service téléphonique. Je voudrais dire 100 p. 100, mais je me contente toujours de dire environ 99 p. 100. C'est l'un des taux de pénétration le plus élevé au monde, sinon le plus élevé.

The ubiquity of telephone service in Canada places us well ahead of most countries in the world. It has been achieved largely as a result of a social contract between telephone companies and governments. The social contract historically saw the price of the local service directly subsidized by revenues from other parts of the telephone system, most notably long–distance services. Our challenge now, as the long–distance market becomes more and more competitive, is to achieve a sustainable economic footing for our industry. We propose to do that by building on our traditional core competencies in providing new, interactive multimedia services.

L'ubiquité du service téléphonique au Canada fait que notre pays est bien en avance sur la plupart des autres. Cette réalisation est due en grande partie à une sorte de contrat social qui a existé entre les compagnies de téléphone et les gouvernements. C'est ainsi que le service local a été subventionné directement par les recettes provenant d'autres secteurs du système téléphonique, et principalement de celui des services interurbains. Le grand défi qui se pose à notre industrie, maintenant que la concurrence s'installe dans le marché de l'interurbain, est de soutenir sa viabilité financière. Pour y arriver, nous nous proposons de mettre en valeur nos compétences traditionnelles de base pour nous lancer dans l'offre de services multimédias interactifs.

All in all, Canada's telecommunications system continues as one of our leading strengths. It helps link Canadians to each other and to almost every other country in the world. At the same time, it provides a key tool of competitiveness for small, medium and large–sized businesses that must face new challenges every day in the global marketplace.

Dans l'ensemble, le système de télécommunication demeure l'une des principales forces de notre pays. Il sert de lien entre les Canadiens et leur permet de communiquer pratiquement partout dans le monde. De plus, il constitue un atout supplémentaire dans l'arsenal des petites, moyennes et grandes entreprises qui doivent se mesurer de jour en jour aux forces grandissantes du marché mondial.

Je voudrais maintenant passer à la question sur laquelle se penche votre Comité aujourd'hui, c'est–à–dire l'autoroute de l'information, et en particulier la culture canadienne.

Let me turn then to the subject before your committee today, the information highway, and more particularly, Canadian culture.

Il suffit de lire les journaux et les revues de nos jours pour constater que nous sommes vraiment entrés dans l'ère de l'information. La vision du village global de Marshall McLuhan s'est transformée en réalité. Nous en avons un exemple frappant avec l'Internet, qui devient rapidement le lieu de rencontre le plus fréquenté de la terre et qui, pourtant, ne représente que la pointe de l'iceberg, qu'une parcelle de ce que l'avenir nous réserve.

As you know from picking up any newspaper or magazine these days, the information age is upon us. Indeed, Marshall McLuhan's vision of a global village has been realized. Think of just one example—Internet. It has already become the fastest growing meeting place on earth, and yet it is only the tip of the iceberg, a small glimpse of what the future holds.

L'ère de l'information, c'est le monde des promesses. La tâche qui nous incombe, alors que l'autoroute de l'information va transformer l'économie et redéfinir le village global, est de tailler une place pour le Canada dans ce monde nouveau.

This is the promise of the information age. The challenge we all face is securing Canada's place in this new world as the information highway reshapes the global economy and redifines the global village.

[*Text*]

As you may know, last October 27 Stentor released a vision statement on the information highway. We're quite pleased with the wide circulation it has received nationally, both in the private sector and government. Our objective was to provide a focal point for a Canadian discussion of the highway in terms of the social, economic and cultural benefits for the nation.

In the past six months we've been delighted with the interest on the part of the current government in addressing the key public policy issues associated with the highway. We are also eagerly awaiting the policy proposals Ministers Manley and Dupuy have alluded to in recent speeches.

Forging communication links among every region of Canada has been our history. Ongoing investments in digital switching and two national fibre–optics networks carrying voice and data traffic are just two examples. Our most recent and most exciting investment, however, was launched on April 5 of this year, when Stentor announced what we call "the Beacon initiative" as our contribution to Canada's information highway.

The Beacon initiative includes five major components. First, the Stentor companies will invest approximately $8 billion in an upgrade of the local telephone networks across Canada to deliver interactive multimedia.

Second, there will be a $500–million national investment in regional, national and international connections.

Third, a new multimedia company will be created to digitize and develop various forms of information and other content that will travel the information highway. Much of this work will be done in alliance with other companies.

[*Translation*]

Vous savez peut–être que Stentor a publié le 27 octobre dernier un document de perspective sur l'autoroute de l'information. Nous sommes heureux du vaste intérêt qu'il a soulevé à l'échelle nationale, tant dans le secteur privé que dans le secteur public. Notre objectif était d'alimenter les discussions en fournissant au moins un point de repère sur les répercussions sociales, économiques et culturelles de l'autoroute pour le Canada.

Nous sommes ravis que le gouvernement actuel se soit beaucoup intéressé au cours des six derniers mois aux grandes questions d'intérêt public à cet égard. Aussi, nous avons bien hâte de prendre connaissance des positions gouvernementales en la matière dont les ministres Manley et Dupuy ont fait état dans de récents discours.

L'histoire des compagnies de téléphone s'articule autour de l'établissement de liens de communication entre chacune des régions du pays. Et leurs investissements actuels dans la mise en place de la commutation numérique et de réseaux nationaux de fibre optique pour la transmission de la voix et de données, illustrent bien l'importance que les compagnies Stentor accordent à ces secteurs de pointe. Notre initiative la plus récente et la plus passionnante, toutefois, est celle de contribuer directement à l'achèvement de l'autoroute de l'information par la voie du projet Sirius dont nous avons annoncé le lancement le 5 avril dernier.

Ce projet comporte cinq grands éléments. Premièrement, les compagnies Stentor investiront environ huit milliards de dollars à la conversion des réseaux téléphoniques locaux d'un bout à l'autre du pays afin qu'ils puissent transmettre des services multimédias interactifs.

Deuxièmement, elles consacreront 500 millions de dollars aux interconnexions régionales, nationales et internationales.

Troisièmement, elles mettront sur pied une compagnie multimédia chargée de la numérisation et de la production d'information et d'autres contenus devant emprunter l'autoroute. La majeure partie de ce travail se fera avec la collaboration d'autres sociétés.

• 1705

Fourth, a venture capital fund will be established to help new companies start up, especially in the small and medium–sized category, to develop products and services for the highway.

Fifth, a collaborative approach will be designed to help health education and cultural institutions take advantage of interactive multimedia services.

It's important to note that shareholders will be risking the major part of this investment. Subscribers will not be asked to pay for this plan, which will make these new services available to all Canadians by 2005. We believe it will help Canada achieve a world–class economic infrastructure for the 21st century by linking homes, businesses, hospitals, schools and libraries to a new generation of interactive broad–band services.

Quatrièmement, un fonds de capital de risque sera constitué afin d'aider les petites et moyennes entreprises en particulier à se lancer dans la mise au point de produits et services destinés à l'autoroute.

Et enfin, les compagnies adopteront une politique de collaboration avec les institutions de santé, d'éducation et de culture afin de les aider à tirer profit des services multimédias interactifs.

Il est important de signaler que ce sont les actionnaires qui prendront la majeure partie des risques que comportent ces investissements. Les clients n'auront pas à contribuer à ce plan visant à rendre les nouveaux services disponibles à l'ensemble du Canada au plus tard en l'an 2005. Nous estimons que Sirius contribuera à doter le Canada d'une infrastructure économique de classe mondiale pour le 21^{e} siècle en permettant aux foyers, aux entreprises, aux hôpitaux, aux écoles et aux bibliothèques de bénéficier d'une nouvelle génération de services interactifs.

[*Texte*]

This initiative will help Canada develop new solutions in the education, training and health care fields and create new opportunities for our cultural industries to grow. The economic potential of our contribution to the highway will be substantial; job creation, regional development, global competitiveness and exports are all expected to benefit from Beacon and Canada's entire information highway development.

Je voudrais maintenant me pencher plus spécifiquement sur la question de la culture par rapport à l'autoroute de l'information. Dans son document de perspective d'octobre dernier, Stentor a fait de l'appui à la culture canadienne un élément fondamental de l'autoroute de l'information. Voici ce que nous y disions:

> Tous les fournisseurs de services devront appuyer les objectifs et les établissements culturels afin de préserver et de défendre la culture diverse et distincte du Canada.

C'est un principe auquel nous tenons fermement, non pas seulement en paroles, mais aussi en action.

Vous trouverez à l'annexe de notre présentation d'aujourd'hui une courte liste de quelques–uns des nombreux projets et essais auxquels Stentor participe. Comme vous pouvez le constater, nous nous intéressons non seulement au secteur du divertissement, mais aussi et surtout à ceux de l'éducation et de la santé. Nous estimons que, pour faire valoir ce qui nous distingue en tant que Canadiens, il ne faut pas se limiter à appuyer les forces créatrices dans le domaine des arts; il faut aussi veiller à ce que les secteurs de l'éducation et de la santé, par exemple les contenus des cours et des services d'information et de divertissement, soient eux aussi foncièrement Canadiens. Le fait que tous nos essais, autant ceux axés sur l'éducation que ceux axée sur le divertissement, aient un contenu canadien de 90 à 100 p. 100 en dit long sur nos convictions à cet égard.

De bien des façons, nous ne faisons que réaffirmer notre politique de longue date de contribuer à l'épanouissement culturel du Canada. Cette politique, nous la pratiquons de jour en jour par l'approfondissement de nos liens avec la communauté culturelle.

The Stentor companies have a long association with cultural endeavours in every region of this country. Support for the visual and performing arts are cornerstones of our commitment to good corporate citizenship. We continue to build new relationships with the cultural community all the time.

I have personally been out across the country bringing Stentor's message to the cultural sector. The message I bring is that Stentor is not just a collection of cold–hearted technology companies. We spend a great deal of time and energy addressing cultural policy issues. Meeting Canada's cultural priorities are important to us because they not only underlie the information highway and our own Beacon initiative, but also the fabric of Canada.

I can report to you that this level of sensitivity is being well–received and appreciated by the cultural sector. I think that's because it is a positive message. It's about some exciting and some still uncharted growth potentials for our cultural industries.

[*Traduction*]

Cette initiative aidera le Canada à innover dans les domaines de la formation, de l'éducation et des soins de santé et à ouvrir de nouveaux débouchés pour les industries culturelles. Nous croyons également que notre contribution à l'autoroute pourrait avoir d'importantes répercussions sur le plan économique. Il est prévu que le projet Sirius et l'ensemble du développement de l'autoroute de l'information auront un impact positif au pays sur les plans de la création d'emplois, du développement régional, de la compétitivité et des exportations.

Let me turn then to the issue of culture and the information highway. As you may know, Stentor made support for Canadian culture a fundamental element of our Information Highway Vision Statement last october. In that paper we said:

> All services providers should support Canadian cultural objectives and institutions to maintain and enhance Canada's distinct and diverse culture.

We are firmly committed to this principle not only in words but also in action.

Attached to our presentation to you today is a short list of some of the many projects and trials Stentor is involved in. As you can see, they cover not only entertainment but also the education and health sectors. We believe that supporting the uniqueness of being Canadian does not limit itself to supporting creative forces in the Canadian arts. That support should also extend to the areas of education and health, for example the subject matter of courses, information and entertainment services should be primarily Canadian. As proof of that belief, note Canadian content of 90 to 100% in all Stentor company trials whether educationed or entertainment based.

In many ways, this reaffirms our long standing commitment to supporting Canada's cultural development and reflects the day–to–day reality of our ever increasing ties to the cultural community.

Les compagnies Stentor participent depuis très longtemps aux activités culturelles dans les diverses régions du pays. Notre appui aux arts de la scène et aux arts plastiques est un des éléments clé de l'exercice de notre responsabilité sociale d'entreprise, sans compter que nous établissons continuellement de nouveaux rapports dans le milieu de la culture.

J'ai moi–même traversé le pays pour communiquer le message de Stentor à ce sujet. Je dis aux intervenants que nous ne formons pas un ensemble de sociétés technologiques sans âme. Nous consacrons énormément de temps et d'énergie aux questions de politique culturelle. Nous considérons qu'il est important de contribuer à la réalisation des priorités culturelles du pays, non seulement parce qu'elles sous–tendent l'autoroute de l'information et notre propre projet Sirius, mais surtout parce qu'elles représentent le tissu même de la nation.

Je puis vous dire que le milieu culturel réagit très positivement à ces manifestations d'intérêt et cela, je crois, parce que notre message est positif. Nous envisageons pour ces industries certaines possibilités de croissance passionnantes, et d'autres encore qui restent à définir.

[*Text*]

Many of our owner companies, including Telesat, have positive working relationships with the members of the broadcast community, having served them as carriers for many years. Some small regional cable companies have expressed interest in examining cooperative approaches to the information highway in Beacon. As I said earlier, we believe the interactive multimedia future is rich with opportunities to share our common Canadian experiences through growing, thriving cultural industries. The essential part now is to ensure we address the issues that need addressing so we can get there.

[*Translation*]

Bon nombre de nos compagnies propriétaires, dont Télésat, entretiennent d'excellents rapports avec les radiodiffuseurs, surtout qu'elles leur ont longtemps servi d'exploitants en télécommunications. Et certaines petites sociétés régionales de câblodistribution se montrent intéressées à des projets de collaboration touchant l'autoroute de l'information et Sirius. Comme je l'ai mentionné plus tôt, nous croyons que les services multimédias interactifs offrent d'excellentes possibilités de partage de nos expériences canadiennes par la voie d'industries culturelles vigoureuses et en pleine croissance. L'essentiel maintenant est de supprimer les obstacles pour y arriver.

• 1710

In terms of specifics, we are looking at issues including Canadian content development, copyright reform, and other intellectual property concerns, and how we can help Canada compete effectively with foreign sources of cultural products. Beyond these, new issues are developing every day, many as new as the concept of the highway itself.

Parmi les questions sur lesquelles nous nous penchons à cet égard, il y a: l'élaboration de contenu canadien, la réforme des droits d'auteur et les autres préoccupations liées à la propriété intellectuelle, de même que la recherche de moyens d'aider le Canada à faire concurrence efficacement aux produits culturels de source étrangère. Et il y a aussi les nouvelles questions qui surgissent tous les jours, dont bon nombre sont aussi neuves que le concept de l'autoroute de l'information lui-même.

The key message here is also that Stentor is working very closely with the cultural community in a supportive way, as we all go forward to explore the potential of these powerful new distribution systems for Canada's cultural expression.

Le message que je veux vous laisser est que Stentor collabore très étroitement avec la communauté culturelle de sorte que nous puissions tous ensemble exploiter le potentiel que renferment ces nouveaux et puissants systèmes de distribution dans le but de favoriser l'expression de la culture canadienne.

Pour les compagnies Stentor, la participation aux communications multimédias interactives de l'avenir est fondée sur le maintien de leur appui aux initiatives de développement culturel dans le pays, l'intensification des rapports qu'elles entretiennent déjà avec le milieu de la culture et la volonté de résoudre efficacement toute la gamme des questions relevant de la politique culturelle.

The Stentor companies view our participation in the unfolding future of interactive, multimedia communications as dependent on: continued support for cultural development initiatives in this country, expanding the relationships we already have with the cultural community, and dealing effectively with the range of cultural policy issues.

In conclusion, it can certainly seem at times that we face a bewildering future. The notion of a wired society is both daunting and promising, but this is the new frontier and Canada must travel there if we are to capitalize on historic strengths in communication. The world is racing to catch up; we cannot stand still. The challenge for us all is to secure the benefits of the information age for all Canadians, including new opportunities to know each other better and the chance for our cultural industries to flourish as never before.

Il faut dire en guise de conclusion qu'à certains égards, nous avons raison de penser que nous nous dirigeons vers un avenir déroutant. La notion de «société branchée» est à la fois intimidante et remplie de promesses. Mais le Canada se trouve sur le seuil d'un nouveau monde à explorer. C'est à lui d'y pénétrer et de mettre en valeur ses forces historiques en matière de communications. Les autres pays sont à nos trousses. Il nous faut agir dès maintenant. Notre grand défi à nous tous est de nous assurer que les Canadiens et les Canadiennes puissent profiter de l'ère de l'information, notamment des occasions qu'elle nous offrira de mieux nous connaître les uns les autres et de la chance qu'elle donnera à nos industries culturelles de s'épanouir comme jamais auparavant.

My colleagues and I would be pleased to answer any questions. Thank you.

Mes collègues et moi serons heureux de répondre à vos questions. Merci.

The Chairman: Well, thank you. Let's get right to it.

Le président: Merci. On passera tout de suite aux questions.

M. Ménard (Hochelaga—Maisonneuve): Je veux d'abord me joindre à notre président pour vous souhaiter la bienvenue. Il y a déjà quelques mois que je m'intéresse au dossier de l'autoroute de l'information ou de l'autoroute électronique.

Mr. Ménard (Hochelaga—Maisonneuve): I would first like to join our president in welcoming you. I have been interested in the issue of the information highway for a few months.

J'ai une question à la fois hypothétique et très concrète à vous poser. Transportons-nous dans la situation où vous êtes nommée au conseil des ministres, au-delà de toute considération partisane. Vous avez à convaincre vos collègues que, s'agissant

I have a question for you which is both hypothetical and very practical. Putting aside any political party considerations, please imagine a situation where you have been appointed to Cabinet. You have to convince your colleagues that it is in the

[*Texte*]

de l'intérêt du consommateur et de la desserte des services, le réseau de téléphonie a un avantage très marqué à pénétrer éventuellement le marché des multimédias. Quels arguments pourriez–vous nous servir pour nous convaincre que le législateur doit revoir le cadre réglementaire présentement en vigueur et qu'il doit le revoir à la faveur du réseau de la téléphonie?

Mme Côté–O'Hara: Monsieur Ménard, c'est une hypothèse très intéressante. C'est devenu un milieu très complexe, mais très dynamique.

Nous devons tenir compte du fait que nous avons, au Canada, des réseaux dans le secteur des télécommunications qui sont vraiment des atouts ou des actifs canadiens. Ce serait une perte pour le Canada si on ne permettait pas qu'ils soient exploités au maximum.

J'arrive moi–même d'Europe, où j'ai discuté la semaine dernière avec les Américains et les Européens sur la question de l'autoroute électronique et de la convergence des technologies. J'ai vu à quel point le Canada était déjà avantagé. Nous avons certains atouts très importants.

Il est vrai que la téléphonie et la télécommunication sont très avancées dans toutes les parties du Canada. Nous avons un niveau de pénétration très élevé. La numéralisation de nos réseaux est sans pareille ailleurs, soit à 85 p. 100. Nous avons une industrie de câblodiffusion très forte ayant une pénétration importante à travers le pays.

Il faut se mettre à la place des consommateurs canadiens. Les Canadiens veulent un choix. Ils sont déjà d'énormes consommateurs d'information. Ils veulent avoir des façons de choisir l'information qu'ils veulent. Le plus important dans tous ces dossiers, c'est la question économique, mais reliée à l'aspect social.

Aujourd'hui, il n'y a pas beaucoup de secteurs de l'économie où on prévoit une croissance réelle. Les analyses mondiales indiquent que les télécommunications et les communications de pointe sont un des seuls secteurs en croissance. Ce secteur va tripler d'ici l'an 2000. Le Canada dessert 3 p. 100 de ce marché mondial. Soutenir ce marché mondial à 3 p. 100, avec cette croissance, va exiger de nous, au Canada, une capacité de se connaître et de comprendre à quel point nos politiques canadiennes doivent favoriser tous les entrepreneurs canadiens dans ce secteur.

Je regrette d'avoir pris autant de temps.

• 1715

M. Ménard: J'ai parlé du Conseil des ministres. On suppose qu'au Conseil des ministres, les discussions sont longues. Vous avez bien joué votre rôle.

Il y a certains observateurs qui prétendent que s'il y avait une déréglementation, il y aurait des conséquences très négatives pour le consommateur au niveau de l'accès au service.

Tout au long de la lecture de votre mémoire, on sent bien, en filigrane, que votre compagnie se préoccupe de rendre ce service accessible aux consommateurs. Comment comptez–vous faire cela? Vous dites à la page 3 de votre mémoire que les clients n'auront pas à contribuer à ce plan visant à rendre les nouveaux services disponibles à l'ensemble du Canada au plus tard en l'an 2005.

[*Traduction*]

clear interest of consumers and the provision of services to allow the telephone network to compete in the multi–media market. What arguments would you propose to convince us that Parliament should review the current regulatory framework in favour of telephone companies?

Ms Côté–O'Hara: Mr. Ménard, that is a very interesting hypothesis. This environment has become very complex, but very dynamic.

We must remember that in Canada we have telecommunication networks which are real assets, and the country would lose out if we did not allow them to be fully developed.

I have just come back from Europe, where last week I discussed the information highway and technological convergence with the Americans and Europeans. I realized the advantageous position that Canada already enjoyed. We have some very significant assets.

Telephone and telecommunication networks are very advanced everywhere in Canada. We have a very high penetration level. Our rate of digitalization, at 85%, is the highest in the world. We have a very strong cable industry, with a high level of penetration across the country.

You have to put yourself in the position of Canadian consumers. Canadians want a choice. They are already enormous consumers of information. They want to be able to choose the information they wish to access. The most important dimension here is the economic issue, but linked to social considerations.

Today, there are not many areas in the economy where real growth is projected. Studies of the situation around the world indicate that state–of–the–art telecommunications are one of the only areas which will enjoy growth. Growth is expected to triple in this area by the year 2000. Canada serves 3% of the world market. In order to achieve the necessary growth to support 3% of the world market, we must appreciate the degree to which government policy must help Canadian businesses involved in this area.

I'm sorry for having taken so much time.

Mr. Ménard: I did refer to Cabinet. I presume that discussions in Cabinet are lengthy. You played your part well.

Some observers argue that deregulation would very adversely affect services available to consumers.

Running through your brief is the underlying suggestion that your company is concerned about making that service available to consumers. How do you intend to achieve that? You say on page 3 of your brief that subscribers will not be asked to pay for this plan which will make these new services available to all of Canada by 2005.

[*Text*]

Donc, vous pouvez dès maintenant vous faire rassurante. Si jamais il y avait une déréglementation ou une revue du cadre réglementaire qui vous avantageait, vous pourriez nous garantir qu'en autant que vous êtes concernés, il n'y aurait pas d'impact négatif pour le consommateur et que tous les Canadiens, quelle que soit la région, quelle que soit leur classe sociale, quelle que soit leur richesse disponible, pourraient bénéficier de ces services.

Mme Côté–O'Hara: C'est tout à fait ce que l'on dit. L'investissement de 10 milliards de dollars est, en grande partie, un investissement des actionnaires des grandes compagnies de téléphone. Ce n'est pas basé sur les services téléphoniques de base. Cela ne veut toutefois pas dire que des ajustements ne devront pas être faits dans les télécommunications qu'on connaît aujourd'hui, dans les réseaux de téléphone et de données. C'est uniquement parce qu'on est dans un marché concurrentiel.

Pour ce qui est de ce projet et de l'avenir, on parle de la distribution de nouveaux services multimédias. Ces services multimédias seront sur des réseaux qui, grosso modo, ne sont pas planifiés, mais seront construits sur la base des consommateurs de téléphone. Il y a des améliorations qui se font. Il y a un cheminement, mais c'est une infrastructure qui sera universelle.

M. Ménard: Est–ce que votre compagnie s'est penchée sur le type de demande qui existe, s'agissant du marché multimédias?

Mme Côté–O'Hara: Il faut dire qu'on fait comme bien d'autres: on lit beaucoup de revues, on parle à beaucoup de gens et on brasse un peu. C'est un mélange des deux. On brasse et on se fait brasser par les consommateurs, par des groupes, par des institutions, par des firmes, par des entreprises. Les entreprises disent qu'elles veulent avoir des services de pointe multimédias. Les universités, les centres. . . Parlons d'Internet, par exemple.

Le réseau Internet exige plus rapidement les capacités de cette autoroute. Ils veulent s'avancer dans les multimédias, mais pour le moment, ils sont limités uniquement aux données et aux textes.

Je crois à l'interactivité. La technologie est là. Vous avez vu ce que vous a montré l'ONF. Il y a déjà des possibilités de faire avancer ces sortes de dossiers. On ne connaît pas complètement le marché.

M. Ménard: Est–ce que UBI est un exemple de services que vous souhaiteriez vous–même. . .?

Mme Côté–O'Hara: Oui, on espère qu'il y aura une concurrence entre UBI et les services qui seront offerts par d'autres. On parle de ceux qui veulent fournir les services, que ce soit les banques, les compagnies d'assurance, les grands producteurs de films ou les compagnies de logiciels. Tout le monde y passe maintenant. De quelle façon peuvent–ils rejoindre les Canadiens au bureau, à la maison ou dans les institutions?

Mr. Solberg: The question I have has to do with the remarks you made just before your conclusion. You said the Stentor company views participation in interactive multimedia communications as dependent on continued support for cultural development initiatives in this country, and you went on after that. What do you mean by continued support for cultural development initiatives? Do you mean government support?

[*Translation*]

Therefore, you can reassure us on this now. If there were to be deregulation or a review of the regulatory framework to the benefit of your company, you could guarantee to us that insofar as you are concerned there would be no negative impact on consumers, and that all Canadians would be able to enjoy such services, regardless of the region in which they live, their social standing or financial resources.

Ms Côté–O'Hara: That is exactly what we're saying. The investment of 10 billion dollars is largely an investment by shareholders of the major telephone companies. It is not dependant on basic telephone services. However, that does not mean that adjustments will not have to be made to current telecommunications systems, or to telephone and data networks. That is simply because we are in a competitive market.

As regards future plans, we mentioned the distribution of new multi–media services. Such services will be on networks which, generally speaking, are not planned but will be established on the basis of telephone subscribers. Improvements are being made. There is a process involved, but the infrastructure will be universal.

Mr. Ménard: Has your company examined the existing demand for multi–media services?

Ms Côté–O'Hara: We approach the issue like many other people: we read a large number of reviews, we talk to many people and we get involved. It is a mixture of the two. We contact people and are ourselves contacted by consumers, groups, institutions, firms and businesses. Businesses tell us that they want to have state–of–the–art multi–media services. Universities, centres. . .for example Internet.

The Internet network wants to use the capabilities of this highway more quickly. They want to move forward in multi–media services, but for the moment they are limited just to data and texts.

I believe in interactivity. The technology is there. You saw what the NFB showed you. There are already opportunities for progressing further in those kinds of areas. We are not fully aware of market possibilities.

Mr. Ménard: Is UBI an example of the services that you yourself would like?

Ms Côté–O'Hara: Yes, we hope there will be competition between UBI and services offered by others. There are people who want to provide services, such as banks, insurance companies, major film producers or software companies. Everyone is involved in this now. How can they reach out to Canadians at work, at home or in institutions?

M. Solberg: Ma question porte sur des observations que vous avez faites juste avant de terminer votre mémoire. Vous avez signalé que pour les compagnies Stentor, la participation aux communications multimédias interactives de l'avenir est fondée sur le maintien de leur appui aux initiatives de développement culturel dans le pays, et vous avez poursuivi dans cette veine. Vous parlez du maintien de l'aide aux mesures de développement culturel. Vous voulez dire l'aide gouvernementale?

[*Texte*] [*Traduction*]

• 1720

Ms Côté–O'Hara: No, it means we support as well. If you look back 100 years at the development of telecommunications in Canada, we've been in a social contract agreement.

Ninety–five percent of Canadian telephone companies are publicly traded private companies with a lot of pension fund investors. These people in Canada, not the government, built the Canadian phone system.

A few companies are government–owned in Saskatchewan and Manitoba. We've always believed we're very tightly connected to the identity of Canada, both socially and culturally. We can serve the north as well as the urban centres. We've always considered our community connections to include cultural connections, which are the support of the communities and include the visual performing arts.

As we evolve into multimedia, what is the critical part of the interactive multimedia in the entertainment portion? It is very much driven by the fact that Canadians want to see themselves and describe themselves to each other. They want to separate themselves from the rest of the world and create their own cultural products. We see ourselves as being very committed to that objective. That's what we mean there.

Mr. Solberg: You have an agreement with the NFB and it will provide a lot of documentaries for people to watch on your network. What about all the other independents out there? How would they have access?

Ms Côté–O'Hara: We're moving now into some marketing trials. We've been doing technology trials, which is what you just had described to you, between Ottawa University, Carleton University and the NFB films.

A similar arrangement has also been going on in Saskatchewan. SaskTel has been using National Film Board material as well. Some of the trials have involved films from the library of Alliance as well as the potential libraries of current material available from some of the broadcasters that offer an alternative distribution. We think all our film and video production in Canada, not just public, should have another mode of distribution.

Mr. Solberg: You said your Canadian content level would be 90 to 100%. Is that what you're committing to?

Ms Côté–O'Hara: That's what we've done to date, and we're continuing to do that. We're committed to the objectives of cultural policy in Canada. We have said that in the public domain, both to the regulator and in public statements made by my colleagues and me across the country.

Mr. Solberg: That's much higher than the CBC, I would like to point out.

Ms Côté–O'Hara: That's because of Elisabeth here. We're highly committed to it anyway.

Mr. Solberg: I want to make sure I understand this. Stentor will really be in charge of the information highway but will also be sort of a guardian of the content on your highway.

Mme Côté–O'Hara: Non, de notre aide également. Si vous examinez ce qui s'est passé au cours des cent dernières années, dans le domaine des télécommunications au Canada, vous constaterez que nous avons été partie à un contrat social.

Quatre–vingt–quinze pourcent des sociétés canadiennes de téléphone sont des sociétés ouvertes qui comptent beaucoup d'investisseurs dans les caisses de retraite. Ce sont ces Canadiens, non pas le gouvernement, qui ont construit le réseau téléphonique au Canada.

Quelques sociétés, en Saskatchewan et au Manitoba, entre autres, appartiennent au gouvernement. Nous avons toujours considéré que nous contribuions à l'identité canadienne, tant sur le plan social que culturel. Nous desservons le nord comme les centres urbains. Nous avons toujours estimé que nos liens avec les localités étaient également d'ordre culturel et incluaient les arts visuels et de la scène.

Avec la diffusion multimédia interactive, quel est l'élément critique du secteur du divertissement? Il a beaucoup à voir avec le fait que les Canadiens veulent se reconnaître et se présenter les uns aux autres. Ils veulent se distinguer du reste du monde et créer leur propre production culturelle. Nous partageons cette volonté. Voilà ce que nous voulons dire.

M. Solberg: Grâce à une entente avec l'ONF, l'Office vous fournira beaucoup de documentaires que vous diffuserez sur votre réseau. Quelle sera la place des autres producteurs indépendants? Comment pourront–ils avoir accès à votre réseau?

Mme Côté–O'Hara: Nous faisons actuellement un certain nombre d'essais de mise en marché. Vous avez entendu parler tout à l'heure de nos expériences avec l'Université d'Ottawa, l'Université Carleton et l'ONF.

Une entente semblable existe en Saskatchewan. SaskTel utilise également des productions de l'Office national du film. Certaines expériences ont fait appel à des films de la bibliothèque d'Alliance comme aux bibliothèques offrant des productions de radiodiffuseurs hors du circuit de distribution classique. Nous pensons que tous nos films et nos bandes vidéos canadiens, et pas seulement publics, devraient avoir un autre débouché.

M. Solberg: Votre contenu canadien, avez–vous dit, sera de 90 à 100 p. 100. Vous vous engagez?

Mme Côté–O'Hara: Nous avons fonctionné de cette façon jusqu'à présent et nous entendons continuer. Nous souscrivons aux objectifs de la politique culturelle du Canada. Nous l'avons déclaré publiquement, devant l'instance de réglementation et dans nos déplacements, mes collègues et moi, un peu partout au pays.

M. Solberg: C'est un pourcentage beaucoup plus élevé qu'à la SRC, soit dit en passant.

Mme Côté–O'Hara: C'est à cause d'Elisabeth ici présente. Nous sommes très fermes à cet égard.

M. Solberg: Je veux m'assurer de bien comprendre la situation. Stentor dirigera l'autoroute de l'information, mais en plus surveillera le contenu.

[*Text*]

Ms Côté–O'Hara: Let's be clear here. We're not in charge. We're proposing a non–gatekeeper role. We're proposing to remove a lot of gatekeeping. People should really have access to much more. Those who produce content in this country, whether it's for business, home, or institutional use, should have easier access to the consumer.

Mr. Solberg: Right, but you'll make sure most of it is Canadian. Is that what you're saying?

Ms Côté–O'Hara: We are dealing with a cultural product. The country has been ruled by a series of laws such as the Broadcasting Act as well as cultural policies. We would expect to live by those rules and encourage that.

Mr. Solberg: Although we started out making a big commitment to Canadian content on TV, a lot of people think it's being eroded, particularly on the CBC. A lot of the private networks are having trouble keeping up their Canadian content, so I'm wondering how you could make that kind of commitment.

Ms Elisabeth Ostiguy (National Director, Government and External Relations, Stentor Telecom Policy Inc.): I would like to address the types of services we'll be getting into, rather than traditional broadcasting.

• 1725

Some of the things we're discussing with film producers in Canada, like Atlantis and Alliance, is providing them with a test bed to try out new products into communities, which they're not able to do right now. Right now if they have a new TV program, they have to go down to the U.S. and test it in Hollywood because that's the only place that has that type of facility, because you need an interactive mode.

We're working with them to in fact give them new venues to try their products out. We're working Canadian content not only for the entertainment side, but also for education. There's a great concern in the educational environment that the products we use to educate Canadians come from Canadians and not come from just U.S. sources or other international sources. There's a trial going on in Ottawa on continuing education for doctors, and a software package is being developed in Toronto to allow them to go through case histories of emergencies and make decisions and trial it. That software is Canadian–developed.

Our Canadian content. . .a lot of our trials are educational or in the health area more than entertainment, in all of which we are working with Canadian companies to develop a venue for them to deliver their products and to test out their products with Canadian consumers.

Mr. Solberg: I have one final question. You're anticipating that everything will be up and running by 2005. Is that what you're saying?

Ms Côté–O'Hara: Well, that's the 100% year, but as we speak, there has been the full multimedia capability being brought to homes and businesses.

[*Translation*]

Mme Côté–O'Hara: Précisons un point. Nous ne dirigeons pas l'autoroute de l'information. Nous ne nous érigeons pas en gardiens de l'entrée. Nous voulons au contraire éliminer un grand nombre de restrictions. Les gens devraient avoir un meilleur accès au réseau. Les producteurs, qu'ils s'adressent aux entreprises, aux individus ou aux institutions, devraient pouvoir communiquer avec eux plus facilement.

M. Solberg: Vous veillerez quand même à ce que, dans la mesure du possible, les productions soient canadiennes. C'est bien ce que vous dites?

Mme Côté–O'Hara: Nous parlons d'un produit culturel. Nous avons jusqu'ici été régis par une série de lois, comme la Loi sur la radiodiffusion, et de politiques culturelles. Nous nous attendons à respecter et à promouvoir cette approche.

M. Solberg: Au départ, nous devions avoir un contenu canadien très important à la télévision. Cependant, bien des gens pensent que notre volonté a faibli en cours de route, surtout à la SRC, et bien des réseaux privés ont du mal à respecter leur pourcentage de contenu canadien. Je me demande comment vous pouvez être si sûre de vous.

Mme Elisabeth Ostiguy (directrice nationale, Relations gouvernementales et extérieures, Stentor Telecom Policy Inc.): Nous offrirons des services très différents de l'ordinaire.

Un projet dont nous discutons actuellement avec des producteurs de films canadiens, comme Atlantis et Alliance, a trait à la possibilité de leur permettre de mettre de nouveaux produits à l'essai parmi le public, ce qu'ils ne peuvent pas faire actuellement. S'ils ont une nouvelle émission de télévision, ils doivent aller à Hollywood pour la mettre à l'essai parce que c'est le seul endroit où ils peuvent trouver les installations que requiert le mode interactif.

Nous voulons leur donner de nouvelles possibilités de mettre leurs productions à l'essai. Nous encourageons le contenu canadien non pas seulement dans le secteur du divertissement, mais également dans celui de l'éducation. Dans ce secteur, on tient à ce que le matériel utilisé pour éduquer les Canadiens vienne du Canada et non pas seulement des États–Unis ou d'autres pays étrangers. À Ottawa, une expérience visant l'éducation permanente des médecins est en cours. Un logiciel est mis au point à Toronto pour permettre aux médecins de se pencher sur des cas d'urgence et de prendre des décisions comme s'ils étaient appelés à intervenir. Ce logiciel est de conception canadienne.

En ce qui concerne le contenu canadien. . . beaucoup de nos projets sont entrepris dans le domaine de l'éducation ou de la santé, il y en a plus que dans le domaine du divertissement, et dans le cadre de ce projet, nous travaillons en collaboration avec les sociétés canadiennes en vue de leur offrir un débouché et leur permettre de mettre leurs produits à l'essai au sein de la population canadienne.

M. Solberg: Une dernière question. Vous vous attendez à être fins prêts en l'an 2005. C'est bien ce que vous dites?

Mme Côté–O'Hara: C'est l'année garantie à 100 p. 100, mais en ce moment–même les domiciles et les entreprises ont accès à la diffusion multimédia complète.

[*Texte*]

Mr. Solberg: Right.

Ms Côté–O'Hara: It's being moved up as fast as revenues from those businesses are being identified.

Mr. Solberg: Okay, and until that time, you're willing to fund this completely out of the shareholders and—

Ms Côté–O'Hara: Some of them are businesses coming up very fast.

Mr. Solberg: Okay.

Ms Côté–O'Hara: But we're in very early stages of developing, or rather of identifying those. This is where, of course, the discussions are ongoing with government, as to what part of these are very competitive and how they will roll out off these debt works.

Mr. Solberg: All right. I'll leave it at that.

The Acting Joint Chairman (Mr. Graham): I've just got a couple of questions. One would be on the Beacon initiative. An observer of this might say, aren't we really doubling similar services into a house—that is to say, this looks suspiciously like it's a cable capacity with switches, and we've already got cable coming in from one set of players. Is this the best way for you to use your money? I suppose that's a question for you to ask, and to answer. Is this a wise investment, to double up the number of entries into houses? Actually you may have 99% of the market, but they've got 90%, or whatever it is, of the market, so that does seem to be a bit of a duplication of effort and investment.

That would be one question that I'd be interested to know the answer to because the answer may be related to something I mentioned to the NFB, which is, are we moving into the commoditization of distribution? That is to say, we will no longer have either a cable monopoly or a phone monopoly, unless of course one set of players takes over another and then we'll have the mother of all monopolies. I'm just wondering about that Beacon initiative. How would you answer a skeptical observer?

Ms Côté–O'Hara: Well, there have been many, and I'll ask Mike to add to some of my comments. We've been speaking to a lot of people trying to explain why we did this, but I go back to the vision we put before the Canadian. . .wherever. Tens of thousands of copies were distributed. We decided that we, the telephone industry, believed that we needed a future beyond the traditional telephony, and the information age was affording a lot of new businesses, but there was going to be much debate about how you would get from point A to point B.

While we believe in some collaboration, it wasn't going to be forthcoming quickly in terms of perhaps some of the last aspects of building to the home, because as you know, phone companies have strengths and they have weaknesses, and the cable industry has strengths and weaknesses; neither have the whole thing. This is the amazing thing about this new world we describe.

I think what we decided to do is exercise the VISA card, because we said we have to get on with it. We think Canada should do a first again and be the fastest at having coast–to–coast capability.

[*Traduction*]

M. Solberg: C'est juste.

Mme Côté–O'Hara: Plus les revenus entrent, plus le projet devient réalité.

M. Solberg: Entre–temps, vous êtes prêts à financer le projet uniquement au moyen de l'apport des actionnaires et. . .

Mme Côté–O'Hara: Certaines de ces entreprises avancent à pas de géant.

M. Solberg: Je comprends.

Mme Côté–O'Hara: Il reste que nous sommes toujours au stade du développement ou de l'identification des revenus. C'est ce sur quoi portent les discussions avec le gouvernement. Il s'agit de savoir quelles sont les entreprises concurrentielles et quelles sont celles qui pourront assumer leurs dettes.

M. Solberg: Je vais m'en tenir à ces quelques questions.

Le président suppléant (M. Graham): Je n'ai que deux questions. Une d'abord en ce qui concerne le projet Sirius. On pourrait se demander si ce que vous faites en réalité ce n'est pas doubler le service de câble aux maisons—votre nouveau service ressemble étrangement au service de câble plus quelques commutateurs. Il y a déjà les entreprises de câble. Est–ce vraiment un bon placement? Je suppose que c'est à vous de répondre à cette question. Avez–vous vraiment intérêt à doubler le nombre de branchements dans les maisons? Vous avez peut–être un taux de pénétration de 99 p. 100, mais les entreprises de câble en ont un de 90 p. 100. Il semble que ce soit un gaspillage d'efforts et d'argent.

Je suis curieux de savoir quelle est votre réponse à cette question. Elle est reliée à celle que j'ai posée au représentant de l'ONF. La distribution n'est–elle pas en train de devenir un produit comme un autre? Nous n'avons plus seulement le monopole du câble ou le monopole du téléphone, à moins évidemment qu'un groupe ne s'empare de l'autre, ce qui donnera naissance à la mère de tous les monopoles. Je m'interroge au sujet du projet Sirius. Qu'avez–vous à répondre à un observateur sceptique comme moi?

Mme Côté–O'Hara: Vous n'êtes pas le seul. Je vais demander à Mike de compléter ma réponse. Nous avons essayé d'expliquer notre position à beaucoup de monde. Je reviens à la vision que nous avons présentée aux Canadiens. . . l'endroit n'a pas d'importance. Nous en avons distribué des dizaines de milliers d'exemplaires. Nous avons décidé, en tant qu'industrie du téléphone, de ne pas nous limiter au seul aspect téléphonique à l'avenir, de profiter de l'ère de l'information si propice à la création de nouvelles entreprises. Il reste à déterminer comment nous passerions du point A au point B.

Nous croyions à la collaboration, mais elle ne devait pas se manifester rapidement, surtout aux étapes cruciales. Comme vous le savez, les sociétés de téléphone, comme l'industrie du câble, ont leurs points forts et leurs points faibles; un groupe seul ne peut pas tout faire. C'est ce qu'il y a de remarquable au sujet de cette nouvelle ère que nous abordons.

Nous avons décidé d'utiliser notre carte VISA et d'aller de l'avant. Nous pensons que le Canada doit innover encore une fois en étant le premier à se doter d'une capacité d'un océan à l'autre.

[*Text*]

In the natural modernization of our program we have been investing dollars and putting in fibre. We put in lots of fibre. We're just accelerating that fibre and we're adding a lot more right to the home and to institutions. Much of Toronto and other large cities already have duplicate arrangements.

We see a competitive environment in some parts of the country and a collaborative one in others, but how that will unfold is not easy to know. I think we need to put a stake in the ground first. That's where we made our commitment, which was not easy to make.

Mr. Mike Murphy (Vice-President, Government and External Relations, Stentor Telecom Policy Inc.): Mr. Chairman, as far as duplication goes, we already have that. Cable and the telephone companies are in the home today, and both are in business as well.

From an infrastructure development standpoint, we have some options as far as building this, and one of the options we are seriously looking at is being able to cooperate with cable. That's something we are very interested in discussing with the industry—how we could apply a concept for telephone company access to local cable facilities, much like many competitors of the telephone companies get access to our local facilities so that they don't have to duplicate facilities into your home or mine, or your business or mine.

From our standpoint, that's a very important option for us to be able to look at. But investment, as Jocelyne pointed out, is something we're confident with in terms of being able to say there are marketplaces out there that we think we can go after. Our business is not a static one. It's clearly a different business than it was even a few years ago. The level of competition that has taken place in our traditional core markets is something that we have to look at.

Our ability to look at new markets and build partnerships and alliances with other players... Getting back to your notion of the commodity nature of the business, it's very much the case where bandwidth in and of itself...getting a facility from a player, it is a commodity. That puts the onus on players like ourselves to be able to work with others to build alliances to provide value-added to our customers, so they'll choose us instead of somebody else.

Ms Brown (Oakville—Milton): I'd like to better understand the governance of Stentor. How many employees are directly employed by Stentor Inc.? Do the presidents of these participating phone companies sit on the board of directors?

Ms Côté-O'Hara: As you know, Stentor is an alliance of the nine major telephone companies.

The Chairman: Plus Telesat.

Ms Côté-O'Hara: I was just getting to that. As is often the case, we don't do anything simply; everything has its complication.

[*Translation*]

• 1730

Dans le processus naturel de modernisation de notre programme, nous avons investi des dollars et posé de la fibre. Nous avons posé beaucoup de fibre. Le programme de pose de fibre s'accélère et nous rejoignons beaucoup de foyers et d'institutions. Des dispositifs de duplication sont déjà en place dans presque tout Toronto et les autres grandes villes.

Nous assistons à l'émergence d'un environnement compétitif dans certaines régions du pays et d'un environnement coopératif dans d'autres, mais il est difficile de prédire comment tout cela va se dérouler. Je crois qu'il nous faut d'abord nous installer sur le terrain. C'est là que nous investissons, ce qui n'a pas été chose facile.

M. Mike Murphy (vice-président, Relations gouvernementales et extérieures, Stentor Policy Inc.): Monsieur le président, pour ce qui concerne la duplication, cela existe déjà. Les câblodistributeurs et les sociétés de téléphone sont aujourd'hui installés dans les foyers, ainsi que dans les entreprises.

Pour ce qui concerne le développement des infrastructures, nous avons déjà des possibilités pour les faire construire, et une des possibilités que nous examinons sérieusement, c'est la coopération avec les câblodistributeurs. C'est l'une des questions dont nous tenons à discuter avec l'industrie de la câblodiffusion: à savoir, comment donner aux sociétés de téléphone l'accès aux installations de câblodistribution locales, tout comme de nombreux concurrents dans l'industrie téléphonique ont accès à nos installations locales, ce qui les dispense de dupliquer leurs installations chez vous ou chez moi, dans votre entreprise ou la mienne.

À notre avis, c'est là une possibilité très importante que nous devons examiner. Pour ce qui est de l'investissement, comme Jocelynee l'a dit, nous affirmons en toute confiance qu'il existe des débouchés pour nous. Notre domaine n'est nullement statique. De toute évidence, c'est un domaine qui a beaucoup changé depuis quelques années. Il nous faut prendre en compte l'évolution de la concurrence dans nos marchés traditionnels.

Il nous faut envisager de nouveaux débouchés et édifier des partenariats ou des alliances avec d'autres intervenants... Pour en revenir à ce que vous disiez au sujet du caractère commercial de notre domaine, la largeur de bande est tout à fait un objet de commerce... Et obtenir l'accès à l'installation d'un intervenant, c'est également un objet de commerce. Il appartient donc à des intervenants comme nous-mêmes de pouvoir travailler avec d'autres, d'édifier des alliances afin de valoriser le produit que nous offrons à nos abonnés, et ce, afin qu'ils choisissent notre produit de préférence à celui d'un autre.

Mme Brown (Oakville—Milton): J'aimerais mieux comprendre la gestion de Stentor. Combien d'employés Stentor Inc. emploie-t-elle directement? Les présidents des sociétés de téléphone participantes siègent-ils au conseil d'administration?

Mme Côté-O'Hara: Comme vous le savez, Stentor est une alliance regroupant les neuf grandes sociétés de téléphone.

Le président: Plus Télésat.

Mme Côté-O'Hara: J'y venais. Comme cela arrive souvent, nous ne faisons rien de simple. Tout est compliqué.

[*Texte*]

The nine major telephone companies—it's like doing federal-provincial relations without a federal government. They operate with a council of chief executive officers, which is the ultimate decision-maker of the alliance. These nine companies have decided to create two companies: Stentor Resource Centre, which is a marketing, research and development company, and Stentor Telecom Policy, the strategic or analysis company that I head.

The nine major shareholders agreed to include a lot of smaller companies. They invited them to become shareholders and to share in the discussions and analysis that was going on in the research. Among them are QuebecTel, Telesat Canada, four mobile companies, Edmonton Telephone and NorthwesTel.

Ms Brown: Do those small companies have voting rights at the board?

Ms Côté-O'Hara: Yes, they do.

Ms Brown: So you have a large board of directors then?

Ms Côté-O'Hara: No, I have a small one. We developed it in a way so that there would be a small board but rotation. Several companies share a seat on the board, and they rotate on a yearly basis.

Ms Brown: How many employees does Stentor Policy have?

Ms Côté-O'Hara: Stentor Policy has 28, and the Resource Centre has about 1,200 to 1,300 people.

• 1735

Ms Brown: How do they do that? Do they take their own research departments, say, Bell Canada, and put them in a different place, or did they simply keep them where they'd always been working? I'm trying to figure out how centralized and firm is this organization.

Ms Côté-O'Hara: There's been a mixture. They have brought together, to rationalize appropriately, the research and the development, to serve national clients in a seamless fashion. Employees have been moved to Ottawa. In some instances they're geographically together, where possible, but a number of companies have assumed a regional role. For example, there was the development of Centrex services in New Brunswick, because the expertise was there. That's been Stentorized, so to speak, but it's still in New Brunswick.

Ms Brown: Is it still owned by New Brunswick Telephone Company?

Ms Côté-O'Hara: No, it's owned collectively.

Ms Brown: Okay.

Ms Côté-O'Hara: But these are resources. Most of what is owned there is the employees. It's the intellectual capital that's pooled. In a similar case in the west, there's been an operation out of British Columbia and Alberta.

[*Traduction*]

Les neuf grandes sociétés de téléphone font penser un peu aux relations fédérales-provinciales, mais sans le gouvernement fédéral. Elles forment un conseil composé des p.-d.g., qui constituent le niveau décisionnel ultime de l'alliance. Ces neuf sociétés ont décidé de créer deux entreprises: Stentor Ressource Centre, qui est une entreprise de mise en marché et de recherche-développement, et Stentor Telecom Policy, l'entreprise de planification stratégique ou d'analyse que je dirige.

Les neuf grands actionnaires se sont entendus pour inclure un grand nombre de petites entreprises. Ils les ont invitées à devenir actionnaires et à prendre part aux discussions et aux analyses qui découlent de la recherche. Parmi elles, on retrouve QuébecTél, Télésat Canada, Mobile Companies, Edmonton Telephone et Northwest Telephone.

Mme Brown: Ces petites entreprises ont-elles le droit de vote au conseil d'administration?

Mme Côté-O'Hara: Oui.

Mme Brown: Vous avez donc un grand conseil d'administration?

Mme Côté-O'Hara: Non, c'est un petit conseil. Nous avons façonné le conseil d'administration de façon telle qu'il demeurerait restreint mais avec roulement. Plusieurs compagnies partagent un siège au conseil, et le délégué change chaque année.

Mme Brown: Combien d'employés a Stentor Policy?

Mme Côté-O'Hara: Stentor Policy compte 28 employés, et le Resource Centre en a entre 1 200 et 1 300.

Mme Brown: Que font les entreprises? Est-ce que chacune, prenons le cas de Bell Canada, prend son service de recherche et le déménage, ou est-ce que chaque service reste là où il a toujours été? J'essaie de savoir dans quelle mesure votre organisation est centralisée et solide.

Mme Côté-O'Hara: Il s'agit en fait d'un mélange. Pour rationaliser le processus, les entreprises ont uni leurs services de recherche-développement afin de desservir les clients nationaux sans qu'il n'y paraisse. Des employés ont été mutés à Ottawa. Dans certains cas, il y a concentration géographique des employés, lorsque c'est possible, mais un certain nombre d'entreprises ont assumé un rôle régional. Prenez par exemple la création des services Centrex au Nouveau-Brunswick où l'on disposait de l'expertise voulue. L'entreprise a été standardisée, pour ainsi dire, mais elle est demeurée au Nouveau-Brunswick.

Mme Brown: Est-elle encore la propriété de la Société de téléphone du Nouveau-Brunswick?

Mme Côté-O'Hara: Non, il s'agit d'une propriété collective.

Mme Brown: D'accord.

Mme Côté-O'Hara: Mais ce sont là des ressources. Le gros de la propriété collective est constituée d'employés. C'est le capital intellectuel que nous mettons en commun. Dans un cas semblable dans l'Ouest, il existe une entreprise qui opère à partir de la Colombie-Britannique et de l'Alberta.

[*Text*]

Ms Brown: I'd like to ask about this investment, the $8 million in an upgrade. If a company like Bell Canada in Ontario participates in that investment, does their money stay in their area of operation so that they're really investing in themselves?

Ms Côté–O'Hara: That's correct.

Ms Brown: That's interesting.

What I'm trying to figure out is that these companies, it seems to me, have come together under the threat of a whole new world in which they're operating, to protect themselves and each other. That may have been the initial motivation. Obviously there are all types of positive, exciting. . . You know, we can emphasize the positive or we can ask how this happened.

Ms Côté–O'Hara: It's been around for a long time. That's what I want to say. This isn't new. It's just called something different. It has a little bit more components than it had before.

You may recall the Trans Canada Telephone system, and you may recall Telecom Canada. These were all results of the alliance of the phone companies. They had to. They had to agree on technical standards so that they could interconnect with each other, develop and take decisions, share information.

It's true they didn't compete. They were, of course, territorially assigned a portion of the country. They also had the whole question of settlements they had to arrange immediately. They've had a very complicated system. Much cross–subsidization occurs, strangely, or a type of support happens across Canada. It's truly federal–provincial relations.

Ms Brown: You have no worry about this alliance breaking down, say, if in fact the competition was with the cable companies. It doesn't work to your advantage.

Ms Côté–O'Hara: No organization has finite life. This organization and the commitment by the chief executive officers in these companies is pretty strong. They share in a set number of critical objectives that are pan–Canadian and that are toward an international market as well. This is the best way to achieve it, because none of them are national companies.

Ms Brown: I have one other idea I want to get out. It's the idea you're talking about, this commitment to Canadian culture. You've always lived by the rules, etc., except you also said you're trying to move to a system without gatekeepers. If there are no gatekeepers, then there are no rules. It's easy to live by rules that don't exist. Do you know what I mean?

Ms Côté–O'Hara: The phone company has an obligation to serve. In other words, we cannot refuse anyone service. As you know, it's the terms of the federal act. This would continue. We have an obligation to serve to provide services. Being a gatekeeper is when you say yes or no to someone.

[*Translation*]

Mme Brown: J'aimerais poser une question au sujet de cet investissement, de ces huit millions de dollars qu'on a investis dans la modernisation. Si un entreprise comme Bell Canada en Ontario participe à cet investissement, est–ce que sa part demeure dans son secteur d'exploitation, de telle sorte qu'elle se trouve en réalité à investir en elle–même?

Mme Côté–O'Hara: C'est exact.

Mme Brown: C'est intéressant.

Ce que j'essaie de comprendre, c'est comment ces entreprises, me semble–t–il, ont décidé de faire cause commune devant la menace que pose ce monde tout à fait nouveau dans lequel elles oeuvrent, afin de se protéger elles–mêmes et les unes les autres. C'était peut–être là la motivation initiale. De toute évidence, il y a toutes sortes de possibilités intéressantes, fascinantes. . . Vous savez, on peut mettre en relief le caractère positif d'une telle initiative ou l'on peut demander comment c'est arrivé.

Mme Côté–O'Hara: L'idée n'était pas neuve. C'est ce que je veux dire. Il n'y a rien de nouveau là–dedans. C'est seulement le nom qui est un peu différent. Il y a aussi un peu plus d'entreprises participantes qu'autrefois.

Vous vous rappelez peut–être du système Trans Canada Téléphone, ou vous vous rappelez peut–être de Télécom Canada. Ces initiatives résultaient toutes de l'alliance des sociétés de téléphone. Elles y étaient contraintes. Elles avaient dû s'entendre sur des normes techniques pour que les interconnexions puissent se faire, pour qu'elles puissent aller de l'avant et prendre des décisions, partager des informations.

Il est vrai qu'elles ne se faisaient pas concurrence. Bien sûr, on a assigné à chacune sa part du territoire. Elles ont dû également s'entendre sans délai sur toute la question des compensations. C'était là un système très compliqué. Chose curieuse, il y a là beaucoup d'interfinancement et l'on voit émerger un certain type de réseau à l'échelle du Canada. Ce sont là d'authentiques relations fédérales–provinciales.

Mme Brown: Vous ne craignez pas que cette alliance ne s'effondre, par exemple, s'il vous faut concurrencer les câblodistributeurs. Tout le monde y perdrait.

Mme Côté–O'Hara: Les entreprises ne sont pas éternelles. Celle–ci est très solide et les p.–d.g. de ces entreprises y croient ferme. Ils partagent des objectifs critiques précis qui sont de caractère pan–canadien et qui intéressent également le marché international. La collaboration est le meilleur moyen de réaliser ces objectifs car aucune de ces compagnies n'est d'envergure nationale.

Mme Brown: Il y a une autre idée que je tiens à mentionner. Vous en avez parlé vous–même, c'est cet engagement envers la culture canadienne. Vous avez toujours respecté la règle du jeu, etc., sauf que vous dites aussi que vous voulez passer à un système où il n'y aurait pas de chien de garde. S'il n'y a pas de chien de garde, alors il n'y a pas de règle. Il est facile de respecter une règle qui n'existe pas. Vous voyez ce que je veux dire?

Mme Côté–O'Hara: La société de téléphone a l'obligation de desservir sa clientèle, autrement dit, nous ne pouvons refuser le service à quiconque. Comme vous le savez, c'est la loi fédérale qui le veut ainsi. Cette obligation va rester. Nous avons l'obligation de desservir notre clientèle et d'offrir des services. Avoir un chien de garde, c'est lorsqu'il faut dire oui ou non à quelqu'un.

[*Texte*]

Ms Brown: The CRTC still can say yes or no to certain things, such as charges of telephone companies, can it not?

Ms Côté–O'Hara: Of course. It could continue so. What I mean by gatekeepers is that, for instance, currently the cable industry plays a significant gatekeeper role. It says you cannot travel here, there's not enough room, or this is the selection they've made. You have to negotiate.

That's not the way the phone industry works. In the phone industry you expect to have service. You have to have it. If we don't give it, you can complain. Then we're penalized. I don't think you should just—

• 1740

Mrs. Brown: How do you feel about that? I noticed that you make a point about your capital investment being conducted because of shareholders. You don't charge your subscribers in order to underwrite that expansion, whereas we know cable companies can charge their subscribers. How do you feel about that?

Ms Côté–O'Hara: How do I feel about that? I have a lot of feelings and some of them are best kept inside—being married to a psychologist, I have been well trained.

The phone industry has not suffered in this. It has been in good shape and we should all be proud of it. We're just trying to move forward. I think there's a lot to be said.

If you'd travelled with me last week, you'd have seen that when you sit in Geneva and in Brussels and hear the Americans and what they're bragging about and hear the French about the struggle in the EC, you start realizing that we, in Canada, whether you look at the regulatory system we have in Canada, which is very solid, with one regulator, and much different from the system in the United States, or at our legislation, which is fairly up to date, although we need some fine–tuning and some discussion, are better equipped than our neighbours to the south, by a long shot.

There are three pieces of complicated legislation that are weaving their way through the Congress. We have ubiquity, technical know–how, and high–level research. What we hope is that all this gets harnessed and sent out and that we can truly see ourselves as being in the forefront.

Broadcasting technology was developed in Canada and regrettably was sent south. We launched the first communication satellite and we were ahead in digital technology. Let's find another one; let's do this one well, too.

The Chairman: Well, thank you for that line of questioning.

[*Traduction*]

Mme Brown: Le CRTC peut toujours dire oui ou non à certaines choses, on pense par exemple aux tarifs des sociétés de téléphone, n'est–ce pas?

Mme Côté–O'Hara: Bien sûr, cela va rester. Quand je dis chien de garde, je pense par exemple au rôle appréciable que joue aujourd'hui l'industrie de la câblodistribution. Elle vous dit que vous ne pouvez pas aller là–bas, qu'il n'y a pas assez de place, ou que tel est le choix qu'elle a fait. Il vous faut négocier.

Ce n'est pas la façon dont fonctionne l'industrie du téléphone. Dans l'industrie du téléphone, on s'attend à ce que vous offriez des services. Il vous faut les offrir. Si on n'offre pas ces services, les abonnés ont le droit de se plaindre. Nous sommes alors punis. Je ne crois pas qu'il faut simplement. . .

Mme Brown: Que pensez–vous de cela? J'ai remarqué que vous aviez insisté sur la façon dont vous investissez vos capitaux étant donné que vous en répondez à vos actionnaires. Vous ne financez pas votre expansion en majorant le tarif des abonnés, alors que le câblodistributeurs, nous le savons, peuvent mettre leurs abonnés à contribution. Que pensez–vous de cela?

Mme Côté–O'Hara: Ce que je pense de cela? J'en pense beaucoup de choses mais dans l'ensemble, il vaut mieux que je les garde pour moi—étant mariée à un psychologue, j'ai été bien entraînée.

L'industrie du téléphone n'a pas souffert ici. Elle se porte bien et nous devrions tous en être fiers. Nous ne voulons qu'aller de l'avant. Je crois qu'il y a beaucoup d'avantages ici.

Si vous aviez voyagé avec moi la semaine dernière, et si vous aviez siégé avec moi à Genève et à Bruxelles et entendu les Américains qui se vantaient, et si vous aviez entendu les Français avec leurs difficultés dans la CEE, vous auriez vu que notre pays, le Canada, lorsqu'on considère le système réglementaire que nous avons dans notre pays, est très solide. Nous n'avons qu'une seule autorité réglementaire, et notre système est très différent de celui des États–Unis, et nous avons une législation qui est assez moderne, même s'il faut y apporter quelques aménagements et même si cela nécessite des discussions. Le Canada est tout de même mieux armé que son voisin du sud, et ce, de loin.

Trois lois compliquées sont en train de se frayer un chemin au Congrès américain. Nous avons ici l'ubiquité, le savoir technique et une recherche de haut niveau. Ce que nous voulons, c'est mobiliser tous ces éléments afin de pouvoir vraiment être encore une fois à la fine pointe.

La technologie de la radiodiffusion a été inventée au Canada et malheureusement exportée vers les États–Unis. Nous avons lancé le premier satellite de communications et nous avions pris les devants en technologie numérique. Inventons une nouvelle technologie; mais cette fois–ci, faisons bien les choses.

Le président: Et bien, je vous remercie d'avoir posé ces questions.

[*Text*]

M. Ménard: Ma première question va exiger de votre part que vous n'ayez aucune inhibition, ne serait–ce que pour faire plaisir à votre mari. La question qui me vient à l'esprit quand je vous écoute vous livrer au plaidoyer qui est le vôtre est celle–ci: quelle appréciation faites–vous de l'échec du projet Alex de la la compagnie Bell? Comme législateur, il me semble important de comprendre l'appréciation que vous en faites.

Ma deuxième question concerne le fonds de capital de risque auquel vous vous référez dans le mémoire que vous nous avez présenté. J'en comprends mal l'utilité. Est–ce qu'il serait possible d'avoir plus d'information sur ce fonds–là?

Mme Côté–O'Hara: Pour ce qui est d'Alex, il est très connu qu'il y a souvent eu des cas où la technologie cherchait un marché. Je crois que c'était le cas. Mais il ne faut pas oublier non plus que la France s'est dotée d'un instrument semblable, ou d'une technologie semblable, qui s'appelle le Minitel. Le Minitel, contrairement à Alex, a été donné à tous les foyers français par une décision du gouvernement français. Aujourd'hui, la France est très avancée en ce qui a trait à la sensibilisation de la population française à l'utilisation de ces sortes d'ordinateurs interactifs. Ils ont beaucoup plus de services d'information. En ce moment, ils sont très bien placés parmi les pays. Il leur reste à s'organiser à d'autres paliers.

Alex, au Canada, n'a pas eu cette sorte d'avantage. Il a dû se présenter au marché. Le marché n'était pas prêt. Ils ont fini par dire que cela n'allait pas, parce que la distribution n'était pas facile.

M. Ménard: C'est principalement une question de réception du marché qui explique cet échec.

Mme Côté–O'Hara: Je crois que oui. Il y avait aussi des considérations d'ordre réglementaire à l'époque. Mike aimerait peut–être ajouter quelque chose, car il vient de Bell. Il a vu Alex se développer. Je viens d'une autre compagnie.

Si vous me le permettez, je vais vous dire quelques mots du fonds dont on parle dans notre mémoire.

Le fonds est important parce que nous avons constaté, au fil des ans, qu'il y a beaucoup de petites et moyennes entreprises, surtout de petites entreprises, qui ont de la difficultés à se faire financer. Vous n'avez qu'à le demander aux associations de technologie ACTI et ACTP. Certains des membres tirent 90 p. 100 de leurs revenus de l'exportation, mais ils ont d'énormes difficultés à trouver les fonds nécessaires pour le développement ou l'investissement. On s'est donc dit: Si on annonçait qu'on va construire... Il faut présenter des éléments à tous les paliers critiques. Entre autres, nous croyons qu'il est très important de financer les petites entreprises.

[*Translation*]

Mr. Ménard: My first question will require from you that you lose all inhibitions, if only to please your husband. The question that comes to my mind when I listen to you arguing the way you do is this one: what do you make of the failure of Bell Canada's Alex project? As a lawmaker, I feel it is important to know what you make of that.

My second question deals with the venture capital fund you were referring to in the brief that you presented to us. I fail to see its usefulness. Would it be possible to get more information on that fund?

Ms Côté–O'Hara: With regards to Alex, it is very well known that there has often been cases where technologies were running after markets. I think that was the case here. But you must also not forget that France has adopted a similar instrument, or a similar technology, which is called Minitel. Minitel, contrary to Alex, was provided to all French households through a decision by the French government. Today, the French population is very much aware of the use of such interactive computers. The French have far more information services. For the time being, it is one of the most advanced countries. All they have to do now is organize at other levels.

Alex did not have that kind of advantage here in Canada. They had to seek a market. The market was not ready. They ended up saying that things were not right because distribution was not easy.

Mr. Ménard: It is mainly a question of market readiness which explains this failure.

Ms Côté–O'Hara: I think so. There were also regulatory considerations at that time. Mike might like to add something because he is from Bell. He witnessed the birth of Alex. I come from another company.

If I may, I will say a few words about the fund we are referring to in our brief.

The fund is important because we noticed, over the years, that there are a lot of small and medium size businesses, especially small businesses, which have trouble getting funded. You only need to ask the technology associations such as AVANCE and QUATA. Some of their members get 90% of their revenues through exports, but they have a very difficult time getting the necessary funds for either development or investment. So we said: what if we announced that we were going to build... We must present elements at every critical level. Among other things, we believe it is very important to fund small businesses.

• 1745

Il ne s'agit pas seulement de nos compagnies. Ce sont les compagnies de holding qui avancent l'argent: TELUS de l'Alberta, BC Telecom ou BCE. Il va falloir aussi inviter d'autres compagnies, puisque ces compagnies sont importantes dans le milieu canadien du financement. Il s'agit d'attirer du capital des grandes banques...

M. Ménard: Donnez–moi un exemple de produit ou de service qui sera financé par ce fonds–là.

I am not talking only about our companies. It is the holding companies which are investing the money. Telis from Alberta, B.C. Telecom or BCE. We will also have to bring in other companies because these companies are important in the canadian funding environment. We have to attract capital from the big banks.

Mr. Ménard: Give me an example of a product or a service that will be funded through that fund.

[*Texte*]

Mme Côté–O'Hara: Il y a par exemple Mentor, une compagnie qui développe le contenant de cours qui s'offrent par ordinateur. C'est une compagnie qui, en fin de compte, recevrait des fonds pour développer d'autres cours.

M. Ménard: Je m'excuse d'avoir abusé à ma première présence. Je ne reviendrai plus.

Le président: Vous êtes toujours le bienvenu.

I'm not going to abuse the committee or the witnesses any more, other than to say you can just nod if the answer is yes. I would assume somewhere—if not in Stentor then back with your ultimate owners, who may help provide the glue of the alliance, since it tends to be one big one—there will be an interest in content, but I would also assume that might more likely fall in the domain of BCI than Stentor.

Ms Côté–O'Hara: I suppose it has to be faced, because there's a relationship with the issue of content versus carriage. Is that what you mean?

The Chairman: Yes, and will you be getting into content and through which vehicle?

Ms Côté–O'Hara: I think our announcement on Beacon did indicate our intention to stimulate content by virtue of creating a multimedia company. That multimedia company is expected to grow to $250 million within five years. We think that will be, by association with other production houses, one of many multimedia companies out there. This company, though, is not related to the phone companies per se but to the holding companies, again.

The Chairman: That's precisely what I wanted to know, and I thank you very much for your patience with us—for waiting.

I apologize to the committee, too; it's been a late afternoon, but it's been a very useful afternoon.

I have a feeling we may well want to come back and talk to you as we focus our discussion in the fall on the various difficult subjects that lie ahead. It's certainly giving us lots of food for thought, and thank you for guiding us through at least round one of it.

Ms Côté–O'Hara: Mr. Chairman, may I just add something? I know you and your committee colleagues have received many invitations, but I'd like to extend mine. From one end of the country to the other in each of your ridings or nearby there are pilots or experiments going on, and I would be most happy to ensure you do see them. I'm sure you're getting that from others, but I think it's important for you. To feel means so much more than anything I can present to you.

The Chairman: It's always hard to reach out and touch somebody without actually doing it, yes.

Ms Côté–O'Hara: Very nicely put.

The Chairman: Thank you. This meeting is adjourned.

[*Traduction*]

Ms Côté–O'Hara: There is for instance Mentor, a company that is developing the packaging for computer driven courses. It is a company which, in the end, would get funds in order to develop other courses.

Mr. Ménard: Forgive me for having over indulged at my first sitting here. I won't come back.

The Chairman: You are always welcome.

Je ne veux pas abuser du temps du comité ou des témoins, et contentez–vous de hocher la tête si la réponse est oui. J'imagine qu'on s'intéressera au contenu—si ce n'est pas Stentor, ce sera vos propriétaires, ceux qui ont tissé cette alliance, étant donné que vous ne formez qu'une seule grande compagnie—, mais j'imagine aussi que cela relèvera davantage d'ECI que de Stentor.

Mme Côté–O'Hara: J'imagine qu'il faudra faire face à cela parce qu'il y a un rapport avec la question du contenu par opposition au contenant. Vous voulez parler de cela?

Le président: Oui, et vous allez vous intéresser au contenu mais par quel véhicule?

Mme Côté–O'Hara: Je crois que notre annonce du projet Sirius confirme l'intention que nous avons de nous intéresser au contenu, et ce, par la création d'une entreprise multimédia. Nous nous attendons à ce que cette entreprise multimédia ait d'ici cinq ans un chiffre d'affaires de 250 millions de dollars. Nous croyons que ce ne sera que l'une des nombreuses entreprises multimédia qui existeront, par association avec d'autres maisons de production. Mais cette entreprise ne sera pas liée aux sociétés de téléphone en tant que telles mais au holding, là encore.

Le président: C'est précisément ce que je voulais savoir, et je vous remercie vivement de nous avoir entendu avec tant de patience.

Je fais également toutes mes excuses au comité; c'est un après–midi qui se termine tard, mais ce fut un après–midi très utile.

J'ai l'impression que nous allons vous réinviter et discuter de nouveau avec vous à l'automne lorsque nous porterons notre attention sur les divers sujets difficiles qui nous attendent. Vous nous avez certainement donné matière à réflexion, et nous vous remercions de nous avoir guidé dans cette première phase.

Mme Côté–O'Hara: Monsieur le président, me permettriez–vous d'ajouter quelque chose? Je sais que vous et vos collègues du comité avez reçu plusieurs invitations, mais j'aimerais moi aussi vous faire la mienne. D'un bout à l'autre du pays, dans toutes vos circonscriptions, ou à proximité, de multiples projets pilotes ou expériences sont en cours, et je serais très heureuse de vous les montrer. Je suis sûre que d'autres vous ont fait ce genre d'invitation, mais je crois que c'est important pour vous. Vous en apprendriez ainsi beaucoup plus que ce que je peux vous en dire.

Le président: Il est toujours difficile de comprendre sans voir de près, oui.

Mme Côté–O'Hara: C'est très bien dit.

Le président: Merci. La séance est levée.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid / Port payé
Lettermail / Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the National Film Board of Canada:

Joan Pennefather, Government Film Commissioner and Chairperson;

Michelle d'Auray, Director, Communications and Corporate Affairs;

Robert Forget, Director General, Services and Technological Development Branch;

Gilles Roy, Senior Director General, Administration and Operations.

From the Stentor Telecom Policy Inc.:

Jocelyne Côté–O'Hara, President and Chief Executive Officer;

Elisabeth Ostiguy, National Director, Government and External Relations;

Mike Murphy, Vice–President, Government and External Relations.

TÉMOINS

De l'Office national du film du Canada:

Joan Pennefather, Commissaire du gouvernement à la cinématographie et présidente;

Michelle d'Auray, Directrice, Communications et affaires générales;

Robert Forget, Directeur général, Direction des services et développement technologique;

Gilles Roy, Directeur général principal, Administration et opérations.

De «Stentor Telecom Policy Inc.»:

Jocelyne Côté–O'Hara, Présidente et Chef de direction;

Elisabeth Ostiguy, Directrice nationale, Relations gouvernementales et extérieures;

Mike Murphy, Vice–président, Relations gouvernementales et extérieures.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 21

Wednesday, June 15, 1994

Chairperson: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 21

Le mercredi 15 juin 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a review of the programs and expenditure plans of the Department of Canadian Heritage: (Multiculturalism and Status of Women)

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, un examen des programmes et plans de dépenses du ministère du Patrimoine canadien: (multiculturalisme et situation de la femme)

APPEARING:

The Honourable Sheila Finestone,
Secretary of State
(Multiculturalism) (Status of Women)

WITNESSES:

(See back cover)

COMPARAÎT:

L'honorable Sheila Finestone,
Secrétaire d'État
(multiculturalisme) (Situation de la femme)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

JUL 26 1994
University of Toronto

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chairperson: John Godfrey

Vice–Chairs: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Associate Members

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidentes: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Membres associés

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

WEDNESDAY, JUNE 15, 1994
(26)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 3:41 o'clock p.m. this day, in Room 209, West Block, the Chairman, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Bonnie Brown, Jan Brown, Roger Gallaway, John Godfrey, Glen McKinnon, Monte Solberg.

Acting Members present: Bernie Collins for John Cannis, Christiane Gagnon for Suzanne Tremblay.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Sandra Harder and Grant Purvis, Research Officers.

Appearing: The Honourable Sheila Finestone, Secretary of State (Multiculturalism) (Status of Women).

Witnesses: From the Department of Canadian Heritage: Roger Collet, Assistant Deputy Minister, Citizenship and Canadian Identity; Pat Borbey, Director General, Financial Management. *From Status of Women Canada:* Charlotte Cloutier, Director, Policy, Analysis and Development Directorate.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee reviewed the programs and expenditure plans of the Department of Canadian Heritage: (Multiculturalism and Status of Women).

The Secretary of State (Multiculturalism) (Status of Women) made a statement and, with the other witnesses, answered questions.

At 5:05 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS-VERBAL

LE MERCREDI 15 JUIN 1994
(26)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 15 h 41, dans la salle 209 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Bonnie Brown, Jan Brown, Roger Gallaway, John Godfrey, Glen McKinnon, Monte Solberg.

Membres suppléants présents: Bernie Collins pour John Cannis; Christiane Gagnon pour Suzanne Tremblay.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Sandra Harder et Grant Purvis, attachés de recherche.

Comparaît: L'hon. Sheila Finestone, secrétaire d'État (Multiculturalisme) (Situation de la femme).

Témoins: Du ministère du Patrimoine canadien: Roger Collet, sous-ministre adjoint, Citoyenneté et identité canadienne; Pat Borbey, directeur général, Gestion financière. *De Condition féminine Canada:* Charlotte Cloutier, directrice, Analyse et élaboration des politiques.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2), le Comité examine les programmes et plan de dépenses du ministère du Patrimoine canadien (multiculturalisme et situation de la femme).

La secrétaire d'État (Multiculturalisme) (Situation de la femme) fait une déclaration, puis elle-même et les témoins répondent aux questions.

À 17 h 05, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Wednesday, June 15, 1994

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mercredi 15 juin 1994

• 1541

The Chairman: Ladies and gentlemen, we are delighted to welcome today the Hon. Sheila Finestone, the Secretary of State for Multiculturalism and the Status of Women, and with her a formidable team, some of whom we've seen before in this place. They are here to talk to us about these two very important subjects and very important parts of the Canadian Heritage portfolio.

This meeting is, I think from both sides, Madam Minister, long overdue. We're delighted to welcome you, Mrs. Finestone, and I'm going to launch in and welcome you to this committee on your first formal appearance.

Hon. Sheila Finestone (Secretary of State for Multiculturalism and the Status of Women): Thank you very much, *chers collègues*. It is so nice to see us in the driving seat over there. I couldn't figure out what you were doing over here on the left. However, it's very nice to be here and to appear before you to report on the couple of hats that I wear in my areas of responsibility with respect to multiculturalism and the status of women.

Before I start I'd like to introduce you to the people who are with me, as part of Canadian Heritage. First is the assistant deputy minister, Roger Collet; then the director general of multiculturalism and a few other little departments of no importance, Susan Scotti; and Louise Bergeron–de Villiers, who's the coordinator of Status of Women; Charlotte Cloutier, who is the director of policy analysis and development of Status of Women.

With their help, I know we'll get through and be able to answer all your questions, I hope, in a meaningful way.

J'ai consacré une grande partie de ma carrière de parlementaire à des comités comme le vôtre parce que je suis intimement convaincue que cette tribune impartiale et extrêmement consciente accomplit un travail remarquable.

I'd be happy to answer your questions in a few minutes, but first I'd like to tell you about how I approach both aspects of my responsibility, Mr. Chairman—the program for Multiculturalism and the portfolio of Status of Women Canada.

I believe in openness, fairness, and inclusiveness. I also believe in the fundamental role that women, multiculturalism, and multicultural communities play in creating economic, social, and cultural wealth in this country. I've met extensively with the different groups and with many individuals involved in both sides of my responsibilities. I've listened to them and discussed priorities with them. I've travelled across this country and recognize its differences and its beauty. These groups have and continue to provide their perspective to any future directions.

Le président: Mesdames et messieurs, nous sommes ravis d'accueillir aujourd'hui M^me^ Sheila Finestone, Secrétaire d'État au Multiculturalisme et à la Situation de la femme, qui est accompagnée d'une équipe formidable, dont nous avons déjà vu certains des membres ici. Son groupe est venu nous parler de ces deux très importants domaines qui sont des éléments majeurs du portefeuille du Patrimoine canadien.

Madame la Ministre, je pense que cette rencontre n'a que trop tardé, pour les deux parties en présence. Nous sommes ravis de vous accueillir, madame Finestone, et je vais d'emblée vous souhaiter la bienvenue au Comité, à l'occasion de votre première comparution officielle.

L'honorable Sheila Finestone (secrétaire d'État au Multiculturalisme et à la Situation de la femme): Merci beaucoup, chers collègues. Il est vraiment très agréable de nous voir aux commandes là. Je me demandais ce que vous faisiez ici du côté gauche. Mais je suis très contente d'être ici et de venir vous faire rapport de mes deux secteurs de responsabilité, le multiculturalisme et la situation de la femme.

Avant de commencer, j'aimerais vous présenter les gens qui m'accompagnent, mes collaborateurs du Patrimoine canadien. Le premier est le sous–ministre adjoint Roger Collet, et nous avons aussi la directrice générale du Multiculturalisme et de quelques autres services sans importance, Susan Scotti, ainsi que Louise Bergeron–de Villiers, la coordonnatrice de Condition féminine Canada, de même que Charlotte Cloutier, qui est directrice de l'Analyse et de l'élaboration des politiques à Condition féminine Canada.

Avec leur aide, je sais que nous arriverons à répondre à toutes vos questions, d'une façon que j'espère intelligente.

I spent a large part of my Parliamentary career sitting in committees like yours, because I believe deeply that this impartial and extremely conscientious forum does remarkable work.

Je me ferai un plaisir de répondre à vos questions dans quelques minutes, mais j'aimerais d'abord vous dire quelque chose de mon approche concernant les deux secteurs de responsabilité qui sont les miens, monsieur le président, c'est–à–dire le programme du Multiculturalisme et le portefeuille de la Condition féminine.

Je crois à l'ouverture d'esprit, à l'égalité et à l'universalité. Je suis en outre convaincue que les femmes, le multiculturalisme et les communautés multiculturelles jouent un rôle fondamental dans la création de la richesse économique, sociale et culturelle de notre pays. J'ai souvent rencontré les divers groupes et nombreux particuliers qui oeuvrent dans les deux secteurs qui relèvent de ma responsabilité. Je les ai écoutés et nous avons discuté ensemble des priorités. J'ai voyagé dans tout le pays, et je reconnais sa diversité et sa beauté. Ces groupes ont leurs points de vue et ils continueront à les faire valoir pour influer sur toutes nos orientations futures.

[*Texte*]

Women, as 52% of the Canadian population, and the ethnocultural communities are not special interest groups; they are who we are. As one of the best democracies in the world, I think we can be very proud of what we now reflect.

Therefore, my responsibilities have to do with human rights and with equity, with equality, with access, and with integration. It has to do with putting an end to discrimination and promoting the advancement of women and the development of a vibrant and harmonious multicultural Canada.

Let me begin with the word "multiculturalism". First, I want to be quite clear as to how I use the term and how it was conceived, because the word has three distinct meanings in Canada. There is multiculturalism as an ideology or philosophy of cultural pluralism, as a society distinguished by ethnic diversity, and as a social policy. So in a sense, I guess it's an adjective, an adverb, a noun and a verb.

[*Traduction*]

Les femmes, qui constituent 52 p. 100 de la population canadienne, et les communautés ethno–culturelles ne sont pas des groupes d'intérêts particuliers; c'est à elles que nous devons d'être ce que nous sommes. Le Canada est l'une des plus belles démocraties du monde, et je pense que nous pouvons être fiers des valeurs que nous reflétons maintenant.

Dans ce contexte, mes responsabilités portent sur les droits de la personne: équité, égalité, accès et intégration. Je dois m'efforcer de mettre fin à la discrimination et de favoriser l'avancement des femmes et le développement d'un Canada multiculturel et harmonieux.

Permettez–moi de commencer par parler de «multiculturalisme». Premièrement, je tiens à préciser clairement comment j'emploie ce terme et comment il a été conçu, parce que c'est un mot qui a trois significations distinctes au Canada. Le multiculturalisme s'entend d'une idéologie ou philosophie de pluralisme culturel, ou encore d'une société caractérisée par sa diversité ethnique, et enfin d'une politique sociale. Comme vous voyez, c'est une notion assez large.

• 1545

Multiculturalism has not been an idea carved in stone, nor does it describe a static society. The fact that multiculturalism now has been placed within the context of Canadian Heritage simply reflects the fact that diversity has become an intrinsic element of who we are as a nation. Multiculturalism is now linked to other heritage, cultural and equality issues that are so important to our Canadian identity.

Multiculturalism encompasses three areas. These are race relations and cross–cultural understanding, community support and participation, and heritage languages and culture.

L'infrastructure du nouveau ministère réunit les différentes initiatives du gouvernement fédéral à l'égard des grandes composantes de notre patrimoine canadien, en autres la politique culturelle, les langues officielles, le multiculturalisme, les parcs nationaux, les droits de la personne, le bénévolat et les sports. Le ministère joue également un rôle important par rapport aux agences culturelles du gouvernement fédéral.

La politique du multiculturalisme s'adresse à tous les Canadiens et Canadiennes. Elle part du principe qu'il faut opérer des changements sociaux pour surmonter les obstacles et que la société tout entière doit en assumer la responsabilité. La diversité de la population canadienne doit être reconnue et appréciée non seulement par le gouvernement, mais aussi par les institutions, y compris les médias, les milieux de la santé et de l'éducation et le secteur privé.

The Canadian Charter of Rights and Freedoms provides equality rights and allows for measures to improve the conditions of disadvantage experienced by individuals and groups. Canada has an *encadrement* within which it develops itself. The charter, which I've just stated, requires the courts to interpret the Canadian Charter of Rights and Freedoms in a manner consistent with section 25, which provides for the preservation and enhancement of the multicultural heritage of Canadians.

Le multiculturalisme n'est pas un concept immuable, et ce n'est pas une notion qui s'applique à une société statique. Le fait qu'il relève du ministère du Patrimoine canadien signifie simplement que la diversité est devenue un élément intrinsèque de notre nation. Le multiculturalisme est désormais lié aux autres dossiers du patrimoine, de la culture et de l'égalité qui sont si importants pour notre identité canadienne.

Le multiculturalisme couvre trois domaines, celui des relations raciales et de la compréhension interculturelle, celui du soutien et de la participation communautaires et enfin celui des langues et de la culture patrimoniales.

The infrastructure of the new Department brings together the various federal government initiatives concerning the major components of our Canadien heritage, including cultural policy, official languages, multiculturalism, national parks, human rights, volunteer work and sports. The Department also plays an important role with regard to federal government cultural agencies.

The multiculturalism policy is designed for every Canadian, male or female. It is based on the fact that social change is needed to solve problems and that the whole of society must assume responsibility for it. The diversity of the Canadian population must be recognized and appreciated not only by government, but also by our institutions, including the media, the health and education communities and the private sector.

La Charte canadienne des droits et libertés assure l'égalité des droits de tous et prévoit des mesures propres à améliorer les conditions des personnes et des groupes défavorisés. Le Canada s'est doté d'un cadre dans lequel se développer. En vertu de l'article 25 de la Charte, toute interprétation qu'en font les tribunaux «doit concorder avec l'objectif de promouvoir le maintien et la valorisation du patrimoine multiculturel des Canadiens.»

[*Text*]

In 1988 Parliament unanimously passed the world's first national multiculturalism legislation, the Canadian Multiculturalism Act, entrenching a public policy in legislation and with it establishing a new policy that starts from the view that the multicultural reality of Canada is a permanent and central reality. The act reflects an evolution of Canadian identity and what it means to be a Canadian that provides a vision for the Canada of tomorrow. Together with the Canadian Charter of Rights and Freedoms and other legislation such as the Human Rights Act and the Employment Equity Act, it provides a framework within which we consider our work in the multicultural field.

Despite the fact that Canadians have diverse backgrounds and origins, they are united by shared values and an attachment to Canada. The multicultural programs play a variety of roles. Their main purpose is to ensure that all Canadians, irrespective of their ethnocultural origins or cultural communities from which they evolve, play full and active parts in the economic, cultural, social and political life of our country.

This can mean assistance to service agencies to help in the integration process of first-generation Canadians, to working with the justice system and educators in finding effective ways to eliminate discrimination and prejudice. It also means working with community organizers, art service organizations and major cultural institutions to ensure that their programs and policies are inclusive.

These programs have played an active role to help our institutions deliver their mandates and to help them in times of crisis. For example, we have worked in close cooperation with the Canadian Association of Chiefs of Police to help them deliver policing services in a culturally diverse society. Similarly, we are working with government departments such as Revenue Canada and Customs and Excise to help them adapt their policies and practices in order to serve all Canadians.

In times of crisis, the department has moved to offer its assistance to the Department of National Defence to enable our soldiers to work in a peace mode in a more effective way. Our department is currently working with DND to help this important national institution ensure that it is reflective and respectful of diversity in all its operations both at home and abroad.

• 1550

We are working with the Canadian Advertising Foundation and the Conference Board of Canada in undertaking a major research program and private sector outreach initiatives to examine the state of managing and valuing diversity in the Canadian business sector and to promote good practices in the managing and valuing of diversity in our advertising.

[*Translation*]

En 1988, le Parlement a adopté à l'unanimité la première loi nationale sur le multiculturalisme au monde, la Loi sur le multiculturalisme canadien, qui consacre une politique publique par une loi et qui établit de ce fait une nouvelle politique fondée sur le principe que la réalité multiculturelle du Canada est permanente et que c'est un élément central de la réalité canadienne. La Loi reflète l'évolution de l'identité canadienne et donne un aperçu du Canada de demain dans sa définition de ce que signifie être un Canadien ou une Canadienne. Combinée avec la Charte canadienne des droits et libertés et avec d'autres lois telles que la Loi sur les droits de la personne et la Loi sur l'équité en matière d'emploi, la Loi sur le multiculturalisme canadien crée un cadre dans lequel nous pouvons situer notre travail dans l'arène multiculturelle.

Même si les antécédents et les origines des Canadiens et des Canadiennes diffèrent, ils sont unis par des valeurs communes et par leur attachement au Canada. Les programmes multiculturels jouent toute une gamme de rôles à cet égard. Fondamentalement, ils ont pour objectif de faire en sorte que tous les Canadiens et toutes les Canadiennes, sans égard à leurs origines ethnoculturelles ou à leurs communautés culturelles, jouent pleinement un rôle actif dans la vie économique, culturelle, sociale et politique de notre pays.

Cela peut se traduire de diverses façons, par une aide aux organismes de service pour faciliter l'intégration des immigrants au Canada, par le fait d'aider les responsables du système de justice et les éducateurs à trouver des moyens efficaces d'éliminer la discrimination et les préjugés et aussi par des gestes qui aident les organisations communautaires, les organisations de service aux arts et les grandes institutions culturelles à veiller à ce que leurs programmes et leurs politiques ne négligent personne.

Les programmes de multiculturalisme ont activement contribué à aider nos institutions à s'acquitter de leurs mandats et ils les ont assistées en temps de crise. Par exemple, nous avons travaillé en étroite collaboration avec l'Association canadienne des chefs de police pour aider les policiers à s'acquitter de leurs tâches dans une société multiculturelle. De même, nous collaborons avec les ministères, par exemple avec Revenu Canada—Douanes et Accises, pour les aider à adapter leurs politiques et leurs pratiques de façon à servir tous les Canadiens et toutes les Canadiennes.

En temps de crise, le ministère du Multiculturalisme a offert son aide au ministère de la Défense nationale pour que nos soldats puissent s'acquitter plus efficacement de leurs missions de maintien de la paix. Nous collaborons actuellement avec le MDN pour aider cette importante institution nationale à être vraiment le reflet de notre diversité nationale et à respecter cette diversité dans toutes ses opérations tant au Canada qu'à l'étranger.

De concert avec la Fondation canadienne de la publicité et le Conference Board du Canada, nous avons entrepris un grand programme de recherche et des initiatives d'ouverture au secteur privé pour savoir dans quelle mesure on gère et on apprécie la diversité dans les entreprises canadiennes et pour favoriser de bonnes pratiques de gestion et d'appréciation de la diversité dans la publicité.

[*Texte*]

These examples reflect the need for Canada to continue to grapple with the challenge cultural diversity can mean to a society. Conflicts between police and minority groups, the rise of right–wing groups, backlashes against immigrants and visible minorities and other complex social problems of our times need to be addressed. As I have suggested already, Canada cannot hope to solve the social issues related to diversity in isolation from economic issues.

Nous sommes conscients que nous ne pouvons pas parler de compétitivité et de productivité si, en même temps, nous empêchons un grand nombre de nos concitoyens et de nos concitoyennes de nous faire profiter de leurs services, de leurs talents et de leurs capacités à cause de la couleur de leur peau, de leur religion, de leur tenue vestimentaire ou de leur pays d'origine, ou encore parce qu'ils ne peuvent ni lire ni écrire dans l'une ou l'autre des langues officielles à un niveau leur permettant de fonctionner dans la société. Nous ne pouvons prévoir d'investir dans la formation, dans l'éducation, dans l'alphabétisation, dans les soins de santé, dans les affaires ou dans n'importe quel autre domaine sans tenir compte de la pauvreté et des divers autres problèmes sociaux, dont la criminalité n'est pas le moindre, qui sont les pendants traditionnels de l'inégalité des chances.

The issues of economic development, national unity and the management of our cultural diversity are all part of the same machine. Unless each part works effectively, the overall performance will be diminished.

As I travelled across the country I met a great number of women—women of visible minorities, women of colour, and women who were handicapped—who voiced their concerns about their lives and their futures. They want to be safe on the streets and safe in their homes. They want to have good jobs and be productive citizens. They want to participate in every aspect of Canadian life. Therefore I now want to turn to my responsibilities at Status of Women.

At Status of Women Canada we have a basic goal, equality for women, because the advancement of women in Canada affects all Canadians, and all of us, men and women, have a role to play in achieving it. Our government is fundamentally committed to equality for women. My department, Status of Women Canada, is the key in carrying out the government's efforts in the advancement of women.

Personally I use all the tools at hand, from cabinet to cabinet committees to parliamentary institutions such as this committee, as well as my long experience in the field of human rights and women's rights, to support and promote the advancement of women.

My own priorities include economic equality for women and the elimination of violence against women in our society. The well–being of our children is also of paramount importance to me. I repeat, fairness, justice and equity are our goals.

[*Traduction*]

Ces exemples témoignent du fait que le Canada n'a pas fini de relever le défi que la diversité culturelle peut représenter pour une société. Nous devons surmonter les problèmes qui se reflètent dans les conflits entre la police et les groupes minoritaires, l'ascension des groupes de droite, le ressac contre les immigrants et les membres des minorités visibles ainsi que dans d'autres problèmes sociaux complexes. Comme je l'ai déjà laissé entendre, le Canada ne peut pas espérer résoudre les problèmes sociaux liés à la diversité en vase clos, sans tenir compte des problèmes économiques.

We are aware that we cannot talk about competitivity and productivity if, at the same time, we keep a large number of our fellow citizens of both sexes from giving us the benefit of their services, their skills and their abilities because of the color of their skin, their religion, their way of dressing or their country of origin or because they can neither read nor write either of our official languages at a functional level. We cannot plan to invest in training, education, literacy, health care, business or any other field without taking into account the problems of poverty and various social ills, of which criminality is not the least, and that are the traditional results of not having an equal chance.

Les problèmes du développement économique, de l'unité nationale et de la gestion de notre diversité culturelle sont tous reliés dans notre société. À moins que chacune de ses parties ne fonctionne efficacement, c'est son rendement global qui en souffre.

Dans mes voyages à travers le pays, j'ai rencontré bien des femmes—des femmes membres des minorités visibles, des femmes de couleur, des femmes handicapées—qui m'ont fait part de leurs inquiétudes quant à leur situation et quant à leur avenir. Elles veulent se sentir en sécurité dans la rue et dans leur foyer. Elles veulent avoir de bons emplois et être des citoyennes productives. Elles veulent participer à tous les aspects de la vie au Canada. Cela m'amène à vous parler de mes responsabilités de ministre de la Condition féminine.

À Condition féminine Canada, nous avons un objectif fondamental, l'égalité des femmes, parce que l'avancement des femmes au Canada aura des répercussions sur tous les Canadiens et sur toutes les Canadiennes, et nous avons tous autant que nous sommes, aussi bien les hommes que les femmes, un rôle à jouer pour y arriver. Notre gouvernement a pris la décision fondamentale que les femmes atteindraient à l'égalité. Mon ministère, Condition féminine Canada, est le fer de lance de la campagne du gouvernement pour la promotion de la femme.

Personnellement, je me sers de tous les moyens dont je dispose, du Conseil des ministres et de ses comités aux institutions parlementaires comme votre Comité, de même que de ma longue expérience dans le domaine des droits de la personne et des droits de la femme, pour appuyer et favoriser l'avancement des femmes.

Mes priorités personnelles sont l'égalité économique des femmes et l'élimination de la violence contre les femmes dans notre société. Le bien–être de nos enfants est aussi d'une importance primordiale à mes yeux. Je le répète, l'équité, la justice et l'égalité sont nos objectifs.

[*Text*]

Ces objectifs sont au centre du nouveau mandat que le gouvernement m'a confié à titre de présidente du Groupe de travail sur le traitement fiscal des pensions alimentaires pour enfants. Je dis clairement et franchement qu'à partir du moment où on décide d'avoir un enfant, les deux parents sont responsables de son bien–être et les deux parents doivent assumer leurs responsabilités. Nous avons commencé nos tables rondes à Regina la semaine dernière et nous poursuivrons à Montréal demain. En fait, j'arrive de Montréal où j'ai parlé de cela sur les lignes ouvertes.

Au terme de nos consultations, je partagerai les propos et suggestions de la population canadienne avec mes collègues du cabinet. Il ne fait pas de doute que le traitement fiscal des pensions alimentaires pour enfants est un élément important qui soulève d'autres questions, toutes reliées directement au sort et au bien–être des enfants. En général, les enfants sont pauvres parce que leur mère est pauvre. C'est pourquoi l'équité, sous toutes ses formes, est si importante pour nous. Les femmes sont plus vulnérables en matière de pauvreté, particulièrement les femmes âgées et les mères seules. De plus, même aujourd'hui, une femme qui travaille reçoit seulement 72 cents pour chaque dollar que retire un homme d'un emploi à plein temps. Tout ceci démontre clairement à quel point nous devons unir nos efforts et travailler sans relâche pour atteindre un plus haut niveau de justice et d'équité dans notre société.

[*Translation*]

Those goals are a central part of the new mandate that government has given me as chairperson of the Task Force on Child Support and Taxation. I say it clearly and frankly: from the time they decide to have a child, both parents are in charge of its well–being, and both of them must assume their responsibilities. We began our round–table discussions in Regina last week, and we will have more of them in Montreal tomorrow. In fact, I am just back from Montreal where I spoke on that subject on open line radio shows.

At the end of our consultations, I will share the ideas and suggestions of the Canadian population with my Cabinet colleagues. There is no doubt that child support taxation is an important issue that raises still more issues all directly linked to the status and well–being of our children. Generally speaking, children are poor because their mother is poor. That is why equity and fairness in all their aspects are so important to us. Women are more likely to be poor, particularly older women and single mothers. What is more, even nowadays, women who work full time get paid only 72 cents of a man's salary. All that clearly shows to what extent we have to work together without letting up in order to achieve a higher level of justice and fairness in our society.

• 1555

Violence against women is widespread in this country. A few months ago, Statistics Canada confirmed a terrible fact most of us already suspected: more than half of all women are assaulted by a man in their adult lives. Nobody can stand idle when faced with such a terrible reality.

I have, within the government, the lead responsibility for addressing the issues related to violence against women. I take this very seriously. I work very hard with my cabinet colleagues and their departments to address this issue. In this effort I am accompanied by excellent staff, by the way, on both sides of my mandate.

Last week, at our thirteenth annual meeting, all federal, provincial and territorial ministers responsible for the status of women endorsed, in Regina, the Regina Declaration on the Rights of Women Subjected to Violence. I tell you, it was a very interesting two–day session with all these women—well, all these ministers. They were not all women.

The declaration calls for all participants in the justice system to take measures to ensure the equal protection of all women subjected to violence and a recognition that women in these difficult situations have the right to equal protection and equal benefit under the law. A key area of work at Status of Women Canada for 1993–94 was related to the Canadian Panel on Violence Against Women, which released its report in July of 1993, the first study of its scope in the world.

La violence contre les femmes est un phénomène répandu dans notre pays. Il y a quelques mois, Statistique Canada a confirmé quelque chose de terrible que la plupart d'entre nous soupçonnions déjà: près de la moitié des femmes sont agressées par un homme pendant leur vie d'adulte. Personne ne peut rester indifférent face à une aussi terrible réalité.

Au gouvernement, je suis responsable au premier chef des mesures prises pour remédier au problème de la violence contre les femmes. Je prends cette responsabilité très au sérieux. Je travaille très fort avec mes collègues du Conseil des ministres, et avec leurs ministères, sur ce problème. Je tiens à préciser, en passant, que je suis appuyée par d'excellents collaborateurs dans les efforts que je déploie dans mes deux secteurs de responsabilités.

La semaine dernière, à notre 13e réunion annuelle, à Régina cette année, tous les ministres—fédéral, provinciaux et territoriaux—responsables de la situation de la femme ont souscrit à l'unanimité à la Déclaration de Régina sur les droits à l'égalité des femmes ayant subi un acte de violence. Je puis vous affirmer que ce fut une rencontre de deux jours très intéressante avec toutes ces femmes—je devrais dire avec tous ces ministres. Il ne s'agissait pas que de femmes.

La Déclaration enjoint à tous les participants au système de justice du Canada de prendre des mesures pour faire en sorte que les femmes victimes de violence bénéficient d'une protection égale devant la loi et qu'on reconnaisse que les femmes qui sont dans ces situations difficiles ont droit au même degré de protection et aux mêmes garanties devant la loi. En 1993–1994, Condition féminine Canada a accordé une grande priorité aux travaux du Comité canadien sur la violence faite aux femmes, qui a publié son rapport en juillet 1993, soit la première étude de cette envergure au monde.

[*Texte*]

The panel pinpointed equality as the key to eliminating violence against women. It called for a comprehensive and coordinated response from all sectors and all levels of society. In 1994–95 Status of Women Canada has been mandated to coordinate the federal government's response to the panel's work. We are working in partnership with other government departments to develop an action plan for the years ahead.

I expect that this plan will acknowledge the interdependency between women's safety and their need to experience equality in all spheres—economic, social, legal and cultural—to be free from violence.

Furthermore, Status of Women is currently completing a demonstration project of the panel's community kit, a grass–roots response to violence, in 10 communities across Canada. The experience will be published later this year under the title "Community Stories".

My department has the lead role in planning and coordinating Canada's preparation for the UN's fourth conference on women, taking place in Beijing. As an active player on the international scene, Canada was instrumental in having the United Nations General Assembly adopt, in December 1993, the United Nations Declaration on the Elimination of Violence Against Women and is at the forefront of efforts to address women's human rights globally.

To sum up, let me say our government is committed to integrating the perspectives of all Canadians as a fundamental part of its legislation, policy and programs, perspectives reflecting a nation that is half female in number and multicultural in character. Canada is one of the greatest nations of the world because we reach out. We have succeeded as a nation through building each other up, not pushing each other down.

This country has flourished and prospered through a philosophy of inclusion. Multiculturalism and the move toward gender equality are fundamental forces and realities in Canada in 1994. They will continue to grow in importance into the next century.

I think, Mr. Chairman, it is our role to place the government and all Parliament at the vanguard of these forces, to recognize the changing nature of society and to help deal with those changes in a way we can all benefit. Whether women and/or ethnocultural groups, it is obvious that where they do not have equity, we all lose. Equity is a matter of right. It is also a matter of plain common sense. When we deny rights to some, we run the risk of having all our rights denied.

I thank you.

The Chairman: Thank you very much. Thank you for covering such a large amount of ground in a very organized and brief fashion.

[*Traduction*]

Le Comité a souligné que l'égalité était l'élément clé pour éliminer la violence contre les femmes. Il a réclamé des mesures complètes et concertées de tous les secteurs et de tous les niveaux de la société. En 1994–1995, Condition féminine Canada a reçu le mandat de coordonner des mesures que le gouvernement fédéral prendra en réponse aux travaux du Comité. À cet égard, nous travaillons de concert avec les autres ministères en vue de l'élaboration d'un plan d'action pour les années à venir.

Je m'attends à ce que ce plan reconnaisse que la sécurité des femmes et le besoin d'atteindre l'égalité dans toutes les sphères—économique, sociale, juridique et culturelle—pour être à l'abri de la violence.

En outre, Condition féminine Canada met actuellement la dernière main à un projet de démonstration de la trousse communautaire du Comité, intitulé «Un nouvel horizon: Éliminer la violence—Atteindre l'égalité», dans 10 localités réparties un peu partout au Canada. Cette expérience sera publiée plus tard cette année sous le titre de «Les expériences communautaires».

Mon ministère est le principal responsable de la planification et de la coordination de la participation du Canada à la Quatrième conférence des Nations unies sur les femmes, qui doit avoir lieu à Pékin. Par sa participation active aux activités internationales, le Canada a contribué à faire adopter par l'Assemblée générale des Nations unies, en décembre 1993, la Déclaration des Nations unies sur l'élimination de la violence contre les femmes, et il est à l'avant–garde de la lutte pour le respect des droits humains des femmes dans le monde entier.

Pour conclure, permettez–moi de dire que notre gouvernement s'est engagé à tenir compte du point de vue de tous les Canadiens et de toutes les Canadiennes pour faire en sorte que les lois, politiques et programmes qu'il adoptera refléteront la réalité fondamentale qui est que la population de notre pays est composée pour moitié de femmes et qu'elle est multiculturelle. Si le Canada est l'un des meilleurs pays au monde, c'est précisément du fait de son ouverture. Nous avons réussi à bâtir notre nation en nous aidant mutuellement à nous exprimer, pas en nous écrasant les uns les autres.

Notre pays a grandi et prospéré grâce à sa philosophie d'universalité. Le multiculturalisme et les mesures que nous prenons pour favoriser l'égalité des deux sexes sont des forces et des réalités fondamentales du Canada de 1994, et leur importance continuera à s'accroître au XXIe siècle.

Monsieur le président, je pense que c'est à nous qu'il incombe de faire en sorte que le gouvernement et le Parlement tout entier prennent la tête des forces mobilisées pour reconnaître la nature évolutive de la société et pour faciliter l'adaptation aux changements d'une façon avantageuse pour tous. Qu'il s'agisse des femmes ou des groupes ethno–culturels, il est toujours évident que, si on refuse de traiter équitablement un groupe quelconque, tout le monde y perd. L'équité est un droit et c'est aussi une question de gros bon sens. Quiconque tente de priver qui que ce soit de droits quelconques risque à son tour d'être privé de tous ses droits.

Merci.

Le président: Merci beaucoup. Merci d'avoir couvert autant de terrain aussi succinctement et d'une façon aussi structurée.

[*Text*]

Mr. Collet.

Mr. Roger Collet (Assistant Deputy Minister, Citizenship and Canadian Identity, Department of Canadian Heritage): Mr. Chairman and Minister, if I may, Mr. Borbey was away when we were introduced. The director general of finance for the Department of Canadian Heritage is Mr. Patrick Borbey.

Mr. Patrick Borbey (Director General, Financial Management, Department of Canadian Heritage): I'm sorry I was late.

The Chairman: Oh, he's an old friend of the committee, really.

Nous allons passer tout de suite aux questions. Je cède la parole à M^me^ Gagnon.

Mme Gagnon (Québec): Bonjour. Je suis heureuse d'être ici cet après–midi pour parler de la condition féminine.

Madame Finestone, depuis le début des travaux de ce Comité, on a peu d'endroits pour parler de la condition féminine. J'ai assisté à une première réunion où on a parlé d'équité salariale. Si ma mémoire est bonne, on nous a dit que ce n'était peut–être pas le lieu pour aborder certains types de questions.

[*Translation*]

Monsieur Collet.

M. Roger Collet (sous–ministre adjoint, Citoyenneté et Identité canadienne, ministère du Patrimoine canadien): Monsieur le président, madame la ministre, si vous me permettez, M. Borbey n'était pas encore arrivé quant vous nous avez présentés. Le directeur général des finances du ministère du Patrimoine canadien est M. Patrick Borbey.

M. Patrick Borbey (directeur général, Gestion financière, ministère du Patrimoine canadien): Je vous prie de m'excuser d'être arrivé en retard.

Le président: Oh, c'est un vieil ami du Comité, c'est vrai.

We will immediately start with the questions. I will let Mrs. Gagnon have the floor.

Mrs. Gagnon (Québec): Good afternoon. I am happy to be here today to talk about the status of women.

Mrs. Finestone, since this Committee began its work, we've had few opportunities to talk about the status of women. I was present at a first meeting where we talked about pay equity. If my memory serves, we were told that perhaps it wasn't the right place to bring up certain types of issues.

• 1600

Je vais parler de la réorganisation du gouvernement et de la restructuration parallèle des comités parlementaires, qui ont fait l'objet de beaucoup de critiques de la part des groupes de femmes. On se demande si le gouvernement a vraiment l'intention d'en faire une priorité. Moi aussi, c'est la question que je me pose. Il n'y a pas vraiment de comité ou de sous–comité qui aborde les questions de la condition féminine. Donc, on ne sait pas où poser nos questions. Avec la nouvelle réorganisation et le Comité du patrimoine canadien, je me demande si c'est vraiment le lieu pour parler de la condition féminine.

Mme Finestone: Premièrement, le lien se fait toujours avec la personne nommée. J'ai été nommée ministre, avec le titre de secrétaire d'État, et je fais partie du Conseil privé. On a décidé que les questions qui touchent notre société, qui sont partie intégrante de ce que nous sommes, devaient trouver leur place au Multiculturalisme, que je peux relier au ministère séparé de la Situation de la femme.

Il reste que vous avez tous les droits, en tant que comité permanent de la Chambre, de demander à votre président de vous structurer un sous–comité chargé de la condition féminine. Si cela vous intéresse, vous devez en discuter en comité. C'est la seule chose que je peux vous suggérer. Vous pouvez demander au leader de la Chambre de prendre cela en considération.

Mme Gagnon: Je vais vous redire qu'on a besoin d'un sous–comité. De la façon dont les choses étaient structurées auparavant, la condition féminine relevait de beaucoup de gens d'autres ministères, qui s'occupaient de diverses questions reliées à la condition féminine.

Vous avez certainement rencontré beaucoup de groupes, et j'en en fait autant. Pour ce qui est du système de garderies, on avait promis d'augmenter le nombre de places jusqu'à ce qu'on ait atteint 3 p. 100 du PIB. On n'a pas de date précise. Le Livre

I am going to talk about government reorganization and about the accompanying parliamentary committees' restructuring, which brought up a lot of criticism from women's groups. They are wondering whether government really intends to make that a priority. I also wonder about that. There is really no committee or subcommittee which deals with the status of women issues. That means that we don't know where to ask our questions. With the new reorganization, I wonder if the Canadian Heritage Committee is really the right place to talk about the status of women.

Mrs. Finestone: First, the link is always with the person appointed. I've been appointed as a minister, with the title of Secretary of State, and I am a member of the Privy Council. It was decided that the issues that related to our society, that are an integral part of what we are, should be within Multiculturalism, which I can link to Status of Women, and other government departments.

Still, as a Standing Committee of the House of Commons, you have every right to ask your speaker to set up a subcommittee on the status of women. If you're interested, you should discuss it in committee. That's the only thing I can suggest to you. You can ask the speaker of the House to think about it.

Mrs. Gagnon: I will repeat that we need a subcommittee. The way things were set up before, the status of women came under a lot of people of other departments, who were in charge of various issues related to the status of women.

You certainly met a lot of different groups, and so did I. About the daycare system, they promised to increase the number of places available up to 3% of the GDP. We don't have any set deadline. The Red Book was very wishy–washy about some

[*Texte*]

rouge était très tiède en ce qui concerne certaines questions de la condition féminine. Je pense, par exemple, à l'équité salariale. Dans notre propre Fonction publique, on n'est pas encore arrivé à décider de donner des avantages au personnel féminin quant à la question salariale.

Il y a beaucoup de points dont j'aimerais discuter. On n'aura pas le temps de les aborder tous cet après–midi. Il faut un lieu spécifique pour en discuter. Quand on n'a pas de comité où on peut en discuter, cela ne donne pas une image sérieuse des questions de la condition féminine. C'est la deuxième fois que cette question vient à l'ordre du jour. On en a discuté une fois, mais j'ai à peine pu poser une question. On se demandait si c'était vraiment le lieu pour discuter de la question de la condition féminine.

Je vous en avais fait part lors d'une rencontre ultérieure et j'aimerais que vous vous penchiez sur cette situation.

Mme Finestone: Je vous remercie. D'une part, je crois que vos observations sont fondées. D'autre part, presque chaque ministère touche la vie quotidienne des femmes. Je dois vous dire que dans le secteur féminin, à la Situation de la femme, on a plus que 65 dossiers, dont la moitié sont chauds et la moitié sont moyennement chauds. Les programmes qui touchent la vie des femmes sont ceux qui ont trait aux politiques sociales. Ces programmes se trouvent au ministère de la Justice, au ministère de M. Lloyd Axworthy, au ministère du Solliciteur général, au ministère la Santé, notamment. Il y en toute une liste: l'Industrie, l'Emploi, etc. Il y a les programmes de la sécurité dans les lieux publics et privés, de la justice pénale, de l'égalité et de la diversité, les programmes de contestation judiciaire, de soins de santé, de formation, des femmes et des petites entreprises, ainsi que toutes les questions autochtones. Ce sont tous des dossiers qu'on touche, et on y travaille dans tous ces différents ministères.

Ainsi, j'espère que les personnes qui seront nommées pour représenter l'Opposition, et même mes collègues, prendront toujours en considération l'impact de tous les programmes et de tous les projets sur la vie féminine.

Mme Gagnon: Je ne doute pas que, dans chaque ministère, on aborde la question de la situation de la femme, mais je pense qu'il devrait y avoir un comité pour voir où on en est rendu dans chaque ministère. Je ne sais pas si je me trompe, mais vous avez peut–être une pensée un peu comme celle des Réformistes, soit de laisser à chaque secteur. . . Je ne sais pas si je me trompe, mais je pense qu'il faut un comité pour vérifier si la question de la condition féminine est bien avancée dans chaque ministère. On n'a pas ici de lieu pour vérifier si une telle chose est faite.

• 1605

Mme Finestone: Madame Gagnon, si vous me mettez dans le même panier que les autres, je trouve cela intéressant à tout le moins. Je pense que je suis loin de là.

Deuxièmement, on touche tous les secteurs, tous les aspects de la vie quotidienne publique et toutes les politiques. En tant que secrétaire d'État, mon rôle est de suivre de très près, avec mon équipe, tous les programmes et tous les projets dès leur début. On met des lunettes roses et on insiste pour que soient faites une évaluation et une analyse des questions de sexe.

[*Traduction*]

status of women issues. I'm thinking for example about pay equity. In our own Public Service, we still haven't managed to decide to give some pay benefits to our female staff.

There are many issues that I would wish to talk about. We will not have time to raise them all this afternoon. We need a specific place to discuss them. The fact that we don't have a committee where we can discuss them doesn't give a very good impression of the seriousness of the status of women issues. It is the second time that this is on the agenda. We've discussed it once, but I barely had the chance to ask one question. We were wondering if it was really the place to discuss the status of women.

I mentioned it to you when we met later, and I wish you would think about this situation.

Mrs. Finestone: Thank you. On the one hand, I think that your remarks are well founded. On the other hand, nearly every department has a bearing on the daily lives of women. I must tell you that in the women's sector, at Status of Women Canada, we have more than 65 case files, and that half of them are hot, and the other half medium–hot. The programs that affect the lives of women are related to social policy. Those programs are managed by the Department of Justice, by Mr. Lloyd Axworthy's department, by the Department of the Sollicitor General, and by Health and Welfare, for example. The list is long: Industry, Employment, etc. There are programs about public and private security, about criminal justice, about equality and diversity, judicial challenge programs, health care programs, training programs, women and small business programs, and also all kinds of native issues programs. We deal with all those issues, and all those departments deal with them too.

I hope that the people who will be appointed to represent the opposition, and even my colleagues, will always take into account the impact of every program and every project on the life of women.

Mrs. Gagnon: I have no doubt that, in each and every department, the issue of the status of women is raised, but I think that there should be a committee to check where each department is at. Perhaps I'm wrong, but you may be thinking a bit like the Reform Party, in other words, that each sector. . . I don't know if I'm right, but I think that we need a committee to check the progress of the status of women issues in each department. Right now, here, we don't have a place to check whether it is being done or not.

Mrs. Finestone: Mrs. Gagnon, if you put me in the same bag as these people, I find it interesting, to say the least. I think that I'm far from their position.

Second, we deal with every area, with every aspect of daily public life, and with every policy. As Secretary of State, I must monitor very closely, with my team, every program and every project, from start to finish. We put our pink glasses on, and we insist that there be an assessment and an analysis of the gender issues.

[*Text*]

Il est important que sensibilisiez vos collègues au fait qu'ils doivent poser des questions sur la condition féminine lorsqu'ils siègent à chacun des comités de la Chambre. C'est la même chose pour mes collègues. Notre caucus est assez rigoureux à l'égard des questions féminines. Je vois que Bonnie Brown et Jan Brown sont ici. Je sais qu'elles posent des questions dans des optiques différentes, mais ce sont quand même des questions.

Mme Gagnon: Dans le Livre rouge, on abordait la question de la violence. On était censé mettre sur pied un programme. Pouvez–vous nous dire où cela en est rendu? Cet après–midi, c'est le temps de poser des questions afin d'avoir les bonnes réponses.

Mme Finestone: Vous avez raison. Nous sommes en train d'examiner de plus près toute la question de la violence. Nous devons donner une réponse en nous basant sur la recherche qui a été faite par le *Canadian Panel on Violence Against Women* et déposée à la Chambre en juillet 1993, ainsi que sur les résultats de l'étude de Statistique Canada qui a scruté à la loupe les actes criminels envers les femmes. Mon ministère est chargé d'être le leader dans l'élaboration de cette réponse, mais des rapports doivent être soumis par plusieurs ministères du gouvernement.

On est en train de travailler à l'élaboration d'un plan d'action sur l'égalité des sexes. Ce plan est déjà commencé. On est en plein milieu de toute une série d'actions concrètes, pas dans la lune ou dans la brume. Ces actes sont reliés à la sensibilisation de la population; il y a aussi des actions par le biais de la justice et des actions dans les secteurs de la santé, de la sécurité et du travail. Une sensibilisation de tous les secteurs est nécessaire: public, privé et gouvernemental à tous les échelons, que ce soit au municipal, au provincial ou au fédéral. On espère que, par ces actions, on va sensibiliser la population au fait que la moitié de la société du Québec et du Canada ne veut plus subir cette victimisation.

Le président: Merci, madame Gagnon. Merci, madame Finestone.

Jan Brown.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Thank you, Mr. Chairman.

Welcome, Mrs. Finestone. It's very nice to see you here.

I'm going to actually direct my questions in two specific areas today—breast implants and breast cancer research. That's where I really would like to direct my questions to you.

• 1610

With respect to the issue of breast implants, there is some real consternation in the community of Canadian women right now about what they should do at this time with respect to these settlements. The Americans have set aside, through Dow Chemical, a certain amount of money for the settlement of their concerns, but the deadline has been set for this Friday, so there's some real confusion out there, from what I understand from the women I have talked to and the reports I have read in the newspaper.

I'm just wondering if there's anything you can tell me today to give direction to these women in view of the fact that Friday is the deadline by which they have to opt into the American compensation settlement. If in fact they're going to receive only

[*Translation*]

It is important that you make your colleagues aware of the fact that they must ask questions on the status of women when they are members of any committee of the House of Commons. It is the same thing for my own colleagues. Our caucus is quite strict on women's issues. I see that Bonnie Brown and Jan Brown are both here. I know that they ask questions from a different viewpoint, but they still ask questions.

Mrs. Gagnon: In the Red Book, the issue of violence was raised. A program was supposed to be set up. Can you tell us what progress has been made on that? This afternoon, now is the time to ask questions in order to get the right answers.

Mrs. Finestone: You are correct. We are now taking a closer look to the overall issue of violence. We must base our response on the research that was conducted by the Canadian panel on violence against women, which issued its report to the House in July 1993, and on the results of the Statistics Canada study which really scrutinized criminal acts against women. My department has a mandate to lead the formulation of that response, but several government departments must submit reports.

We are now working on an action plan on gender equality. The work has already begun. We are in the midst of a whole series of concrete actions, not day dreaming or wondering what it's all about. We are looking at increasing the awareness of the population; there are also interventions in the justice area and in the help, security and work areas. We have to increase awareness in every sector, in the public sector, in the private sector and in government, at every level, municipal, provincial and federal. We hope that, through our interventions, we will make the Canadian population realize that this half of society in Quebec and in Canada doesn't want to be victimized any more.

The Chairman: Thank you, Mrs. Gagnon. Thank you, Mrs. Finestone.

Jan Brown.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Merci, monsieur le président.

Madame Finestone, je vous souhaite la bienvenue. C'est très agréable de vous voir ici.

Aujourd'hui, je vais vous poser des questions sur deux domaines précis, les implants mammaires et la recherche sur le cancer du sein. C'est là–dessus que j'aimerais vraiment vous poser des questions.

En ce qui concerne les implants mammaires, à l'heure actuelle, les femmes canadiennes sont vraiment consternées et se demandent ce qu'elles devraient faire au sujet des règlements qu'on leur propose. Par l'intermédiaire de Dow Chemical, les Américains ont mis de côté une certaine somme pour les indemniser, mais la date limite a été fixée à vendredi prochain, de sorte que les femmes se demandent vraiment quoi faire, d'après celles à qui j'ai parlé et d'après ce que j'ai lu dans les journaux.

Je me demande si vous pourriez me donner aujourd'hui des renseignements qui pourraient me servir à conseiller ces femmes, étant donné qu'elles doivent décider d'ici à vendredi d'accepter ou pas le plan de règlement des Américains. Si elles

[*Texte*]

about 3% of the fund, should they opt out of that in the hope that they may be able to settle more equitably, legally, through the Canadian courts? If they choose not to do that, is it better for them to join a class action suit with others here in Canada, or should they just sue?

I think those are four potential options for them to pursue, but we have just a few days. I know there are women out there who are very concerned and want some direction from us.

Mrs. Finestone: Jan, I'm very glad you raised that question. I don't have the answers, but it has been troubling me. It does not fall within my mandate, that I can tell you to start with.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Okay.

Mrs. Finestone: The Minister of Health may have better counsel for you. I will make it my business to make sure the information is given to you. I will ask Charlotte Cloutier and Mrs. de Villiers to make sure that by tomorrow during the day you will have at least the knowledge of where you can go for what I would call legal, yet personal information.

I think, if I understood it correctly, individuals have the right to choose; as you well know, they can either accept or reject. Now, what happens if they reject and then want to recall? I don't know what the rules are. I know that we didn't think the 3% was a fair proportionment, and I know there was consternation. Frankly, women's breast cancer has not been addressed thoroughly.

That is one of the reasons why, in our government's red book *Creating Opportunity*, we have indicated that we wish to pay special attention, through a centre of excellence, to women's health concerns. It has not been only in the last five years, it has been as long as I can remember that women and their health issues have not been properly addressed.

I am quite pleased that we have focused on that as an area of action. I think your question just highlights how serious is that absence of policy, research, and development in looking at over half the population of Canada's health in a very much more serious light.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): First of all, thank you for the answer. I apologize for addressing it to you and not to the health minister, but we had indicated under the portfolio of Canadian Heritage that there were going to be areas of women's health that would be directed to this committee. It seems to me we have done very little to this point to look seriously at that. I thought this may be another avenue by which we could address it, because—

[*Traduction*]

ne sont censées toucher qu'environ 3 p. 100 de ce fonds, comme on le dit, devraient-elles refuser le règlement en espérant pouvoir en obtenir un autre plus favorable, par voie judiciaire, en s'adressant aux tribunaux canadiens? Si elles décident de ne pas opter pour cette solution, serait-il préférable qu'elles intentent un recours collectif avec d'autres femmes au Canada, ou devraient-elles simplement lancer des poursuites?

Je pense que ce sont là quatre possibilités, mais nous ne disposons que de quelques jours. Je sais que des femmes s'inquiètent beaucoup et qu'elles aimeraient que nous leur donnions des conseils.

Mme Finestone: Jan, je suis très heureuse que vous ayez soulevé cette question. Je n'ai pas de réponses à vous donner, mais ça me préoccupe, moi aussi. Cela ne relève de mon mandat, je puis vous le dire d'emblée.

Mme Brown (Calgary-Sud-Est): Très bien.

Mme Finestone: La ministre de la Santé pourrait vous être plus utile. Je vais faire en sorte qu'on vous donne les renseignements nécessaires. Je vais demander à Charlotte Cloutier et à M^me^ de Villiers de s'assurer que, d'ici à demain soir, vous puissiez savoir au moins à qui vous adresser pour obtenir ce que j'appellerais de l'information juridique, bien que de nature personnelle.

Si j'ai bien compris, je crois que ces femmes ont le droit de choisir individuellement; comme vous le savez, elles peuvent accepter ou refuser l'offre de règlement qu'on leur a faite. Cela dit, qu'arrive-t-il si elles la rejettent, puis qu'elles changent d'idée? Je ne sais pas quelles sont les règles. Je sais par contre que nous avons estimé que 3 p. 100 n'était pas suffisant, et je sais qu'il y a eu de la consternation à cause de cela. Franchement, on n'a pas étudié de façon suffisamment appronfondie la question du cancer du sein chez la femme.

C'est l'une des raisons pour lesquelles, dans notre Livre Rouge, *Pour la création d'emplois*, nous avons déclaré que nous tenions à accorder une attention particulière aux problèmes de santé des femmes, grâce à un centre d'excellence. Ce n'est pas seulement depuis cinq ans, mais bien depuis aussi longtemps que je peux me le rappeler qu'on n'a pas accordé toute l'attention nécessaire aux femmes et à leurs problèmes de santé.

Je suis très heureuse que nous ayons décidé d'agir dans ce domaine. Je pense que votre question montre vraiment la gravité de cette absence de politiques, de recherche et de mesures de développement en vue d'étudier de façon bien plus sérieuse les problèmes de santé de plus de la moitié de la population du Canada.

Mme Brown (Calgary-Sud-Est): Premièrement, je tiens à vous remercier pour votre réponse. Je vous prie de m'excuser de m'être adressée à vous et non à la ministre de la Santé, mais on avait laissé entendre que certaines questions relatives aux problèmes de santé des femmes pourraient être adressées à notre Comité dans le contexte du portefeuille du Patrimoine canadien. Il me semble que nous avons fait bien peu de choses jusqu'à présent pour étudier sérieusement cette question. J'ai pensé que ce serait un autre moyen pour nous de nous y attaquer, parce que. . .

[*Text*]

Mrs. Finestone: May I interrupt you for half a second, please. May I suggest that you and Christiane Gagnon get together. It seems to me it's about time the issues of women were looked at. Perhaps if you had a subcommittee, you could call the various ministers together around the various issues, which are really crisis issues, in my view. I share your concern. Please do that.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Right.

The last point I want to make is on breast cancer research. The statistics are really startling. One in eight women will get breast cancer, but now lung cancer is a primary killer of women. It has taken the centre stage here, and my concern is that breast cancer research and the issues of breast cancer are going to fall off the table because now we have something else at the forefront that is of perhaps greater importance in terms of this crisis point.

We had a problem with Dr. Poisson and an allegation of fraudulent research. That was in the press for a couple of days. It was a big issue for a few days, and then all of a sudden you didn't hear anything about it any more. But it hasn't gone away. There still is concern there for the kind of research that is undertaken in the country, yet there doesn't seem to be any end point, or any conclusion, or any statement that's forthcoming to give women, such as us—who represent 52% of the population as we know—who have the potential for breast cancer.

• 1615

I don't know if I feel really good about what happened in Montreal and the fact that we had so little that came out after that issue was raised, as far as a government statement or a statement from the medical community is concerned. It was really just pushed off to the side.

Mrs. Finestone: I don't know that it's been totally pushed off to the side. Dr. Poisson is not what I was referring to. The Jewish General Hospital chief of oncology has responded to that with a great deal of clarity and has indicated that it did not change the research that has been done. The quality of that research still stands the test of time. That doesn't change the fact that we need an enhanced cancer surveillance system and we need to have further research done in the field. I know there are some fine researchers doing work and it's a shame that one man's work poisoned the. . . And that was not the only one; there were two instances.

I've got here something that was just brought to my attention. I don't know if this will help you out. Is there anything in here that helps you out, so I don't have to delay the committee's time?

A voice: It has to do with good health.

Mrs. Finestone: It's about the work that's being done on cancer surveillance and I'll be pleased to give you a copy of that.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Thank you very much

[*Translation*]

Mme Finestone: Permettez–moi de vous interrompre pendant une seconde. J'aimerais vous proposer d'en parler avec Christiane Gagnon. Il me semble qu'il est à peu près temps qu'on s'intéresse aux questions qui concernent les femmes. Si vous aviez un sous–comité, vous pourriez peut–être convoquer les ministres pour leur parler de ces questions qui, à mon avis, reflètent un état de crise. Je partage vos préoccupations. Je vous engage à agir dans le sens de ce que je vous propose.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Très bien.

La dernière observation que je veux faire a trait à la recherche sur le cancer du sein. Les statistiques sont vraiment déconcertantes. Une femme sur huit va souffrir du cancer du sein, mais, à l'heure actuelle, le cancer du poumon tue plus de femmes. Il a pris pour ainsi dire la vedette, et je crains que la recherche sur le cancer du sein et les questions connexes ne soient délaissées parce que nous avons maintenant au premier plan une autre question qui est peut–être plus importante, en prenant des dimensions de crise.

Je me rappelle de l'affaire du D^r^ Poisson, quand on crié à la recherche frauduleuse. La question a fait la manchette pendant quelques jours. On en a beaucoup parlé alors, et puis, tout d'un coup, on n'en a plus entendu parler du tout. Mais la question demeure. On continue à s'inquiéter dans le pays du genre de recherches qui sont entreprises, mais il ne semble pas y avoir d'aboutissement, de conclusion ou de déclaration qui puisse rassurer les femmes—c'est–à–dire 52 p. 100 de la population, comme on le sait—qui risquent d'être atteintes du cancer du sein.

Je ne suis donc pas très rassurée au sujet de ce qui s'est passé à Montréal et par le fait que le gouvernement ou les milieux médicaux nous en aient si peu dit après que la controverse ait éclaté. On a simplement relégué le problème à l'arrière–plan.

Mme Finestone: Je ne pense pas que le problème ait été tout à fait relégué à l'arrière–plan. Ce n'est pas tellement du docteur Poisson que je parlais. Le chef du service oncologique de l'Hôpital général juif a expliqué les choses avec beaucoup de clarté en indiquant que les résultats des recherches effectuées ne sont pas compromis. La qualité de cette recherche reste entière. Néanmoins, il est certain que nous avons besoin d'un système amélioré de surveillance du cancer et qu'il faut entreprendre davantage de recherches dans ce domaine. Je sais que d'excellents chercheurs sont au travail et il est vraiment déplorable que les faiblesses d'un seul d'entre eux. . . En fait il n'y en avait pas qu'un, il y a eu deux exemples de falsification.

J'ai quelque chose ici qui vient d'être porté à mon attention. Je ne sais pas si cela peut vous aider. Y a–t–il là–dedans quelque chose qui puisse vous aider, afin de ne pas faire perdre son temps au comité?

Une voix: Il s'agit de santé.

Mme Finestone: Il s'agit du travail qui est effectué en matière de surveillance du cancer et je serais toute disposée à vous en donner une copie.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Merci beaucoup.

[*Texte*]

The Chairman: For this round, four minutes for Mr. Solberg.

Mr. Solberg (Medicine Hat): Thank you very much, Mr. Chairman, and thank you very much for appearing before us, Minister Finestone.

I have a question about the National Action Committee on the Status of Women. I'm sure that's no surprise.

Mrs. Finestone: Big surprise!

Mr. Solberg: I'd like to know why you fund an interest group such as that when you have the Canadian Advisory Council on the Status of Women as an advisory body to the minister.

Mrs. Finestone: Were you in the House yesterday, Mr. Solberg?

Mr. Solberg: Yes, I was.

Mrs. Finestone: That's good. It's too bad you don't listen to what your colleague asks and what I answer. That being given, the National Action Committee on the Status of Women brings a particular perspective. We are a government that believes in being open and listening to what people have to say. They are a group of importance in our society. They reflect a large percentage of the views of many women in the social, economic and political—not political—health areas of concern.

They have been very outspoken of the need for the first step to create women's equality, which is a child care system. They have been very vocal and outspoken on the need for continued surveillance in the field of violence against women. They have been extremely effective in raising the issue of equality of opportunity, which reduces violence against women. They have been very outspoken in the position of poverty of women who are older or younger. They have spoken out on many social issues that affect men and women in Canada and affect the lives of the children in the future.

If you can't see your way clear to listening to them, that's too bad. I see my way clear to listening to them. I may not agree with everything they have to say. That doesn't mean I have to be disagreeable; it doesn't mean I have to turn my ear off; and quite frankly, even if they're talking about EGALE—gays and lesbians—or they're talking about anything else, I believe one is in a position where one must listen to what the population is saying.

This is a very large group. It does not exclude my listening to other groups that bring larger areas or different areas of expertise, whether it's the handicapped, the visually impaired, those who are in a position of dependency, the disabled, the large group of FADOQ and AQDR, the senior women who have very serious but different concerns, women concerned about housing—housing is a very important issue—rape, rape crisis centres, transition centres, battered women.

Would you like to know why you should have gone? You might have learned something.

[*Traduction*]

Le président: Dans ce tour de questions, monsieur Solberg a droit à quatre minutes.

M. Solberg (Medicine Hat): Merci beaucoup, monsieur le président, et merci madame Finestone d'avoir accepté de comparaître.

J'ai une question au sujet du Comité canadien d'action sur le statut de la femme. Je suis sûr que cela ne vous surprend pas.

Mme Finestone: Oh, surprise!

M. Solberg: J'aimerais savoir pourquoi vous financez un groupement comme celui-ci alors que vous avez le Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme pour vous conseiller en tant que ministre.

Mme Finestone: Étiez-vous à la Chambre hier, monsieur Solberg?

M. Solberg: Oui.

Mme Finestone: C'est bien. Il est dommage que vous n'écoutiez pas les questions de votre collègue, ni mes réponses. Cela dit, le Comité canadien d'action sur le statut de la femme a une optique qui lui est propre. Le gouvernement dont je fais partie est un gouvernement d'ouverture et d'écoute. Le comité en question a un certain poids au sein de notre société. Il reflète les vues d'un très grand nombre de femmes dans les cercles d'action sociale, économique et politique—non, pas politique—et en matière de santé.

Elles n'ont pas mâché leurs mots quant à la nécessité de franchir le premier pas sur la voie de l'égalité des femmes, à savoir la création d'un système de garde d'enfants; et sur la nécessité d'une surveillance continue de la situation en matière de violence faite aux femmes. Elles ont su très efficacement poser le problème de l'égalité des chances, qui doit réduire la violence à laquelle les femmes sont exposées. Elles n'ont pas mâché leurs mots non plus quant au problème de la pauvreté des femmes, jeunes et vieilles. Elles se sont prononcées sur quantité de problèmes sociaux qui touchent les hommes et les femmes du Canada et toucheront les enfants à l'avenir.

Si vous n'êtes pas capable de leur prêter l'oreille, c'est bien triste. Pour ma part, je les écoute volontiers. Je ne suis pas toujours d'accord avec tout ce qu'elles disent, mais cela ne veut pas dire que je doive me montrer désagréable, me boucher les oreilles et, très franchement, même lorsqu'elles parlent d'ÉGALE—égalité pour les gais et les lesbiennes—ou de n'importe quoi d'autre, je pense qu'il nous incombe au moins d'écouter ce que dit la population.

C'est là un groupe très important. Cela ne signifie pas que je n'écoute pas aussi d'autres groupes qui ont une optique différente ou qui étudient des domaines différents, qu'il s'agisse des handicapés, des malvoyants, des personnes en situation de dépendance, de l'important groupe des membres de FADOQ et ACUDIER, des femmes âgées qui connaissent elles aussi des problèmes, différents mais tout aussi sérieux, des femmes dont le souci est le logement—le logement est un problème très réel—le viol, les centres d'accueil des victimes de viol, les centres de transition, les femmes battues.

Savez-vous pourquoi vous auriez dû y aller? Vous auriez peut-être appris quelque chose.

[*Text*]

The Chairman: Have you a follow–up question?

Mr. Solberg: Yes, I do. I suppose that was a Freudian slip when you mentioned politics. I'm sure it was.

Mrs. Finestone: I'm sure they're aware of politics, and they have—

Mr. Solberg: I want to ask you a question about whether NAC is represented on the advisory council.

Mrs. Finestone: Is NAC represented on what advisory council?

Mr. Solberg: The Canadian Advisory Council on the Status of Women.

Mrs. Finestone: No.

Mr. Solberg: Why do they have separate status, then? Why do they have—

• 1620

Mrs. Finestone: That is a para–governmental body that was named following the report of the Royal Commission on the Status of Women. That is a report you might well want to read and look and see what's been happening and how we found out where women are at in our society.

We had two structures put into place. The first, Status of Women Canada—and I'll give you a geography lesson—is represented by those people who have been hired to support women and women's issues within the structures of government.

The Advisory Council is an independent, arm's length organization that undertakes studies, through research and direction, from representatives who bring together the concerns of women in different parts of this country. They meet and are outside the purview of government, but they have a role to play with government.

That does not stop the group of the YM–YWCA, the National Council of Women of Canada, or any one of the other major groups, such as Elizabeth Fry Society, from coming to see me. Any group that has major interests is welcome.

The Advisory Council is para–governmental and the Status of Women Canada is governmental. The other is a voluntary organization where people decide to join or not, as they would wish in a democracy, and they have to exercise their democratic rights to join.

The Chairman: I'm anxious that we have a chance to return to this, but I'm also anxious that we move the questions around, so we will be coming back on a second round.

I allow anyone to volunteer for this.

Ms Brown (Oakville—Milton): Welcome, Minister. We're happy to see you.

In reading the estimates and knowing the broad range of activities you're expected to participate in through Status of Women Canada and the expectations that many of us, including members of the opposition, have that your department also

[*Translation*]

Le président: Avez–vous une autre question?

M. Solberg: Oui. Je suppose que c'était un lapsus freudien lorsque vous avez mentionné la politique. Je suis sûr que c'en était un.

Mme Finestone: Je ne doute pas qu'elles s'intéressent à la politique et elles ont. . .

M. Solberg: J'aimerais vous demander si le CCA est représenté au Conseil consultatif.

Mme Finestone: Si le CCA est représenté dans quel conseil consultatif?

M. Solberg: Le Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme.

Mme Finestone: Non.

M. Solberg: Pourquoi jouit–il d'un statut distinct, dans ce cas? Pourquoi a–t–il. . .

Mme Finestone: Il s'agit là d'un organisme para–gouvernemental qui a été constitué en réponse à la recommandation de la Commission royale d'enquête sur la situation de la femme. C'est là un rapport que vous feriez bien de lire pour voir un peu ce qui se passe et ce que nous avons appris sur la condition des femmes dans notre société.

Deux structures ont été mises en place. La première, Condition féminine Canada—et je vais vous donner une leçon de géographie—est constituée de personnes qui ont été engagées pour appuyer les femmes et faire avancer la cause des femmes au sein de la structure gouvernementale.

Le Conseil consultatif est un organisme indépendant qui entreprend des études et des recherches, et qui est représentatif des femmes de toutes les régions du pays. Il se réunit indépendamment du gouvernement, mais a un rôle à jouer auprès de lui.

Cela n'empêche aucun des grands groupes, comme le YM–YWCA, le Conseil national des femmes du Canada ou n'importe lequel des autres grands groupes, tels que la Société Elizabeth Fry, de venir me trouver. Tout groupe qui représente des intérêts majeurs est le bienvenu.

Le Conseil consultatif est para–gouvernemental et Condition féminine Canada est une organisation gouvernementale. Le comité d'action est un groupement bénévole auquel les femmes décident d'adhérer ou non, comme il se doit dans une démocratie, et elles ont la liberté démocratique d'y entrer ou non.

Le président: Je souhaite que nous puissions revenir à ce sujet, mais je tiens également à en aborder d'autres, et nous reviendrons donc là–dessus au deuxième tour de questions.

Tout le monde pourra se porter volontaire pour aborder de nouveau le sujet.

Mme Brown (Oakville—Milton): Soyez la bienvenue, madame la ministre. Nous sommes heureux de vous voir.

En lisant les prévisions budgétaires, et connaissant le vaste éventail des activités que l'on attend de vous à Condition féminine Canada et les attentes que nous sommes nombreux à avoir envers vous, membres de l'opposition y compris, en

[*Texte*]

oversee things that are happening under other ministers but have an impact on women—it seems to me to be a very broad responsibility indeed—I'm wondering if you have enough money to do it well.

Some hon. members: Oh, oh!

An hon. member: No.

Mrs. Finestone: Paul Martin, where are you?

The Chairman: He's watching over you, so be very careful how you answer that question.

Mrs. Finestone: Let me say that like all women in Canadian life, we learn how to turn one penny into 10¢ worth of goods and services. With my very competent, efficient and overworked staff, we manage to answer all the needs that are required of us.

Ms Brown (Oakville—Milton): Thank you. That was a fair answer, because I know you're constrained in some ways in answering such a question.

I'm interested in the child care initiatives. Many of us were encouraged by the budget when we heard a commitment from the Minister of Finance—and therefore, one has to assume, from the cabinet—to initiate a national child care program provided the economy performs at a certain rate for three years. The good news, of course, is that currently, in the first year of our mandate, the economy is performing at such a rate. If we can keep it up, it would mean that within three years the government would be committed to establishing such a program.

I'm wondering if there are initiatives going on and plans being developed within Status of Women Canada so that if indeed we arrive at that happy day, there is a plan ready to take to cabinet and to allow this implementation to happen.

Mrs. Finestone: Thank you very much, Bonnie. I know your tremendous interest in the well-being of women over a long period of time, and I appreciate that.

Certainly child care is fundamental. It is the basic building block towards women's independence. Whether a woman must work, wishes to work or needs some relief—and children need some enrichment in child development in association with other children—it is fundamental to the well-being and the growth and development of our country.

As you well know, at present we have in place thousands of spaces that we do finance. We did undertake at 3.5% of GDP to add another 150,000 spaces over the next three years; we will do that.

I know you're aware of the fact that under the Human Resources Development social security review, Mr. Axworthy has been dealing with this issue. I sit on the minister's ad hoc committee and we have been looking at the whole question of child care, its targeting and how we intend to implement it. I can tell you that by the beginning of September you will all have a discussion document where you will see where and how important we figure child care really is.

[*Traduction*]

souhaitant que votre service surveille également ce que font les autres ministères dans ce qui peut avoir des répercussions sur les femmes—il me semble que tout cela est une très vaste responsabilité et je me demande si vos crédits suffisent pour que vous puissiez faire un bon travail.

Des voix: Oh, oh!

Une voix: Non.

Mme Finestone: Paul Martin, où êtes-vous?

Le président: Il vous surveille, faites donc très attention à la réponse que vous allez donner.

Mme Finestone: Disons que toutes les femmes dans la société canadienne apprennent à gérer au mieux un budget et à transformer un sous en 10 sous de biens et de services. Avec mon personnel très compétent, très efficace et très surchargé de travail, nous parvenons à faire tout ce que l'on attend de nous.

Mme Brown (Oakville—Milton): Je vous remercie. C'était une bonne réponse, car je sais que vous devez faire preuve de réserve en répondant à ce genre de question.

Je m'intéresse à ce qui se fait en matière de garderies. Nombre d'entre nous avons été encouragés d'entendre dans le budget l'engagement du ministre des Finances—et je suppose, par conséquent, que c'est une promesse gouvernementale—de mettre sur pied un programme national de garderies dès que l'économie connaîtra un certain niveau de croissance pendant trois ans. La bonne nouvelle, bien entendu, c'est que dès la première année de ce mandat, l'économie enregistre bien ce taux de croissance. Si nous parvenons à le maintenir, cela signifierait que dans les trois ans, le gouvernement serait tenu de mettre sur pied un programme.

J'aimerais savoir si des initiatives sont en cours et si Condition féminine Canada élabore déjà des plans afin que, cet heureux jour venu, un plan soit déjà prêt à être soumis au Cabinet pour que ce programme puisse être lancé rapidement.

Mme Finestone: Je vous remercie, Bonnie. Je connais l'intérêt passionné que vous portez depuis longtemps au bien-être des femmes et je l'apprécie.

La garde des enfants est un élément fondamental. C'est le pilier sur lequel asseoir l'indépendance des femmes. Qu'une femme doive travailler à l'extérieur, souhaite travailler ou ait besoin d'un peu de liberté—et les enfants ont eux aussi besoin de contacts avec d'autres enfants—c'est là un élément fondamental du bien-être, dans la croissance et le développement de notre pays.

Comme vous le savez bien, nous finançons déjà des milliers de places en garderie. Nous nous sommes engagés à financer 150 000 autres places au cours des trois prochaines années, à condition que la croissance atteigne 3,5 p. 100 du PIB; nous le ferons.

Vous savez également que M. Axworthy réfléchit à ce problème dans le cadre de l'examen de la sécurité sociale. Je siège au comité ad hoc du ministre et nous nous y penchons sur toute la question de la garde des enfants, le ciblage du programme et sa mise en oeuvre. Je peux vous dire que, début septembre, nous vous remettrons un document qui fera le point de la situation et vous montrera quelle importance nous attachons à la garde des enfants.

[*Text*]

[*Translation*]

• 1625

Ms Brown (Oakville—Milton): Good. That's good to know.

This will just take a short answer, and I'm going to ask you to stick your neck out a little bit again. We know your department is preparing a question for the census, a question that would take into account the unpaid work that women mainly do. I'm wondering whether you or maybe Louise might like to comment on what you think the chances are of our having that ready, getting it in and making that an actuality at the time of the next census.

Mrs. Finestone: I'm glad you asked that question, because as I was coming back in the car, I was working on the same thing. Someone had asked me that question the other day.

I know we've been working hard in testing all forms of questions. You know, we think that Statistics Canada's questions just sort of fall out of the air, they're just easy little things. The amount of testing and preparation that goes into a question is absolutely unbelievable, Mr. Chairman. I tell you, all members of Parliament, I didn't know that. I have a suspicion that few of us know how complex it is to develop a question.

Although we now know from Statistics Canada that women do 63.7 hours of unpaid work in the household, compared to 32 hours of work for men, it is believed these figures should be more carefully analysed. This should be done in terms of the nature of the unpaid work, for example, towards the elderly in society, as the caretaker of our parents, with respect to our spouse, with respect to the raising of our children and with regard to the volunteer service we give to our society to make this society the kind of place it is. We can't afford ever to pay for the kind of work and the quality of work that's delivered through the volunteer agencies of this country.

So I know that's still being tested. I think we've had an encouraging response with respect to this so far. It is going to cabinet. Am I allowed to say that?

A voice: Yes.

Mrs. Finestone: It's going to cabinet in the next few weeks.

Ms Brown (Oakville—Milton): Good. I always measure the efficacy of a department's efforts or even a government in general by the treatment it gives to some of its less powerful citizens.

I know your department has a special interest in aboriginal women. I'd like to ask about a specific issue and just find out whether in fact you have tuned into it. The reason I ask is because this particular issue is of interest to the Department of National Defence, the Department of Foreign Affairs and the Department of Finance. It has to do with human rights and Indian and Northern Affairs. So there are many vested interests looking at this particular issue.

It's the issue of the low-level test flights over Labrador. You will be aware that some members of that community, mainly women, have travelled back and forth across the country two or three times, speaking to groups in large cities and small

Mme Brown (Oakville—Milton): Bien. C'est bon à savoir.

Une courte réponse me suffira et je vais vous demander encore une fois de prendre des risques. Nous savons que votre ministère travaille à une question pour le recensement, une question qui portera sur le travail non rémunéré, qui est surtout le fait des femmes. Est-ce que vous, ou peut-être Louise, pourriez nous dire s'il y a de bonnes chances que la question soit prête et intégrée dans le prochain recensement.

Mme Finestone: Je suis heureuse que vous ayez posé la question, car dans la voiture, en venant, je travaillais justement là-dessus. Quelqu'un m'avait posé la question l'autre jour.

Nous avons fait un gros travail de mise à l'essai de diverses questions. Vous savez, les gens croient que les questions de Statistique Canada tombent du ciel, que ce sont de petites choses toutes simples. Mais le travail de préparation et de mise à l'essai sur chacune des questions est absolument incroyable, monsieur le président. Je vous avoue que je l'ignorais et j'ai l'impression que peu d'entre nous, députés, savons à quel point la rédaction d'une question est une tâche complexe.

Bien que Statistique Canada nous ait maintenant appris que les femmes font 63,7 heures de travail non rémunéré dans le foyer, comparé à 32 heures pour les hommes, on considère que ce chiffre nécessite une analyse plus poussée. Notamment pour ventiler la nature du travail non rémunéré, par exemple entre le travail pour les personnes âgées, les soins à nos parents, à l'égard de notre conjoint, à l'égard de l'éducation des enfants et à l'égard du travail bénévole que nous faisons pour la société et qui fait d'elle ce qu'elle est. Nous n'aurons jamais les moyens de rémunérer la somme et la qualité de travail qui est abattue par les organisations bénévoles de notre pays.

Je sais que tout cela fait encore l'objet de tests. Ma réponse jusqu'à présent est encourageante. Ce sera soumis au Cabinet. Ai-je le droit de le dire?

Une voix: Oui.

Mme Finestone: Cela sera soumis au Cabinet au cours des prochaines semaines.

Mme Brown (Oakville—Milton): Bien. Je mesure toujours l'efficacité du travail d'un ministère ou même de tout un gouvernement à l'aune de ce qu'il fait pour les catégories de populations les moins influentes.

Je sais que votre ministère s'intéresse particulièrement aux femmes autochtones. J'aimerais aborder un problème particulier et voir si vous vous y êtes attaqué. Je pose la question parce que cette affaire met en jeu le ministère de la Défense nationale, le ministère des Affaires étrangères et celui des Finances. Il met en jeu aussi les droits de la personne et le ministère des Affaires indiennes et du Nord. Il y a donc beaucoup d'intérêts qui sont concernés par cette affaire.

Il s'agit des vols d'essais à basse altitude au sud du Labrador. Vous savez que certains membres de cette collectivité, surtout des femmes, ont sillonné le pays deux ou trois fois pour s'adresser à des groupes dans les grandes et les petites villes,

[*Texte*]

towns, to try to have those low-level test flights stopped. I'm just wondering if we are preparing a response or a suggestion to those other ministers on behalf of those women who have done such yeoman service for their people.

Mrs. Finestone: Bonnie, that's an excellent question. It's something that's bothered me for a bit of time. I remember meeting those women. As a matter of fact, I think you were with me last year when we met them.

I have not thought to write to the Department of National Defence and the Department of Indian and Northern Affairs, but based on your question I will pose the question, if I may, coming from this committee as a question of value and importance. We shall get back to you through the chair and directly to you, Mr. Chairman, if that meets with your approval.

We'll see what their response will be. Thank you for your concern.

The Chairman: Mr. Collins. Welcome to the committee.

Mr. Collins (Souris—Moose Mountain): Thank you, Mr. Chairman and Madam Secretary.

I read through in very quick order what you said in Regina, at least what was released in the document. I find it interesting and informative.

It seems to me that as we go through, we identify many crisis situations and problem areas, but we may be here another 50 years identifying the same list of horrendous acts and problems. I think we have to get to the solution.

• 1630

Having said that, what are you doing or recommending in the field of education to resolve some of this for young people?

Mrs. Finestone: Are you referring to the tax payment on child support?

Mr. Collins: No, the whole issue of violence—

Mrs. Finestone: In Regina we did both, yes.

Mr. Collins: I appreciate what you put down, but if we don't get to the root of the problem and ask what we can do for young people so that we as educators start off at square one, clearing up the intent. . .and violence we see on television and in all aspects. Is that being addressed in the process? I think it's critical. If we don't start there, we're going to continue to face the things you see before you.

Mrs. Finestone: There are a number of constructive issues taking place. Mr. Collins, I hope that when we have the proceedings of the meetings, I can share with you some of the exciting undertakings that each of the provinces presented as an overarching approach to the issue you just enunciated. There is a concerted look at violence in the media and prevention of violence in the media.

This committee did one of the landmark studies on violence in the media, and I was quite proud of that study. At that time no one would agree that there were psychological implications. They would only allude to it, not take a substantive stand on the issue, but since that time substantive information has come forward.

[*Traduction*]

pour tenter d'obtenir l'arrêt de ces vols à basse altitude. J'aimerais savoir si vous travaillez sur une réponse ou une suggestion à l'intention de ces autres ministères, au nom de ces femmes qui ont rendu un si grand service à leur communauté.

Mme Finestone: C'est une excellente question, Bonnie. C'est un problème qui me gêne depuis pas mal de temps. Je me souviens avoir rencontré ces femmes. D'ailleurs, je crois même que vous étiez avec moi lorsque nous les avons rencontrées l'année dernière.

Je n'ai pas pensé à écrire au ministère de la Défense nationale et au ministère des Affaires indiennes et du Nord, mais suite à votre question, je vais certainement le faire, pour les sensibiliser au fait que votre comité y voit un problème d'importance. Si vous êtes d'accord, monsieur le président, je ferai connaître la réponse aux membres par votre intermédiaire.

Nous verrons ce qu'elle sera. Merci de votre préoccupation.

Le président: Monsieur Collins. Soyez le bienvenu au comité.

M. Collins (Souris—Moose Mountain): Je vous remercie, monsieur le président et madame la ministre.

J'ai parcouru très rapidement ce que vous avez dit à Régina, du moins ce qui figurait dans le document. C'est intéressant et rempli d'informations.

Mais en le parcourant, j'ai l'impression que l'on identifie quantité de situations de crise et de problèmes, mais dans 50 ans d'ici nous risquons bien d'avoir encore la même liste d'actes horribles et de problèmes. Je pense qu'il faut trouver la solution.

Cela dit, que faites-vous ou que recommandez-vous en matière d'éducation, pour régler ce problème pour les jeunes?

Mme Finestone: Parlez-vous de l'imposition des pensions alimentaires?

M. Collins: Non, de la question de la violence. . .

Mme Finestone: À Régina nous avons fait les deux, oui.

M. Collins: J'apprécie ce que vous avez fait, mais si l'on n'attaque pas le problème à la racine et si l'on ne se demande pas ce que nous pouvons faire pour les jeunes, afin que nous, éducateurs, commencions dès le plus jeune âge, en montrant. . . En luttant contre la violence à la télévision et dans tous les autres domaines. Est-ce que cela est pris en compte dans le processus? Je pense que c'est essentiel. Si nous ne commençons pas dès le plus jeune âge, rien ne va changer.

Mme Finestone: Un certain nombre de mesures constructives sont en cours. Monsieur Collins, j'espère que lorsque nous aurons le compte rendu de ces réunions, je pourrai vous faire part de certaines des mesures passionnantes que chacune des provinces a proposées pour régler le problème d'ensemble dont vous parlez. Il y a une aproche concertée de la violence dans les médias, de la prévention de la violence dans les médias.

Ce comité a effectué l'une des grandes études marquantes sur la violence dans les médias, et j'en suis très fière. À l'époque, nul n'admettait que cette violence entraînait des répercussions psychologiques. Certains y faisaient allusion, sans prendre de position ferme, mais aujourd'hui nous disposons de données formelles.

[*Text*]

So that is being pursued at the women's table in Regina. You have the pursuit of education and training through school documentation, the same way as you would train children to have respect for difference and to attack racism and issues of violence and pejorative remarks in society and to recognize prejudice when they see it. You have gender sensitization so that textbooks and the work reflect girls and boys both being able to do the same kinds of things, so that you can move into the technological era as partners in society—partners in the family sense, but also partners in the workforce.

With respect to one of the concrete activities we've undertaken from the panel discussions, a community kit is out there in 10 communities and has given people the know–how to evaluate what's going on. If you don't have well–lit streets, you don't have safety; if your parking lots are not well–lit, you don't have safety; if you don't watch what's happening in your neighbourhood and report, like Neighbourhood Watch. . .

Anyway, concrete steps are being taken, although not enough. Stereotypes continue. I will leave a copy of the community kit with your chair for those of you who would like to look at it. It has some concrete recommendations for training, recognition and ongoing work. If you want to take it to your smaller communities, it's a great test that you could undertake. Give it to any one of your riding associations and let them try to apply it. It's a worthwhile guide and it doesn't matter what political background you come from.

Mr. Collins: With regard to what you said, I find that as we go through, everybody comes in and says this is my right. Maybe it's their responsibility. I think that's where we missed the boat. If everybody has a responsibility, they'll get all the rights they want, but it doesn't seem to work that way.

For example, if a husband dies and the wife goes down to do the banking, some of these banks think she came from the ark or something. Because she hasn't done any banking before, it's incredible what they will put her through.

• 1635

Mrs. Finestone: It's incredible what her husband put her through by making her an invalid, an economic invalid. That's my view. Forgive me.

The Chairman: May he rest in peace.

Mr. Collins: But it is a problem.

Mrs. Finestone: There are a couple of ways I could answer what you're saying. Certainly the work we undertake in multiculturalism. . . I see multiculturalism as the third step in an evolving society. First of all you have the immigration, then you have the citizenship understanding, and then you have the assurance that you have integration and reception by the host community.

[*Translation*]

On travaille donc là–dessus à la conférence des femmes de Régina. On y parle de former et d'éduquer les jeunes par l'intermédiaire des ouvrages scolaires, comme on le fait pour leur inculquer le respect des différences, le refus du racisme, éviter la violence et les remarques péjoratives et reconnaître les préjugés. Il y a un travail de sensibilisation de façon à ce que les manuels et les travaux nous montrent que les filles et les garçons peuvent entreprendre les mêmes choses, faire carrière dans les disciplines technologiques, être des partenaires dans la société—partenaires au sein de la famille, mais aussi dans la vie active.

Pour ce qui est des activités concrètes entreprises suite à ces délibérations, une trousse communautaire a été distribuée dans 10 localités pour donner aux gens le savoir–faire requis pour évaluer ce qui se passe. Si l'on n'a pas de rues bien éclairées, il n'y a pas de sécurité personnelle; si les terrains de stationnement ne sont pas bien éclairés, il n'y a pas de sécurité; si l'on n'observe pas ce qui se passe dans le quartier pour appeler la police, comme dans le programme vigie de quartier. . .

Quoi qu'il en soit, des mesures concrètes sont prises, même si elles sont encore insuffisantes. Les stéréotypes sévissent toujours. Je vais remettre une copie de la trousse communautaire au président à l'intention de ceux que cela intéresse. On y trouve des recommandations concrètes pour la formation, la reconnaissance et des travaux continus. Si vous voulez vous en servir dans vos localités, ce serait une excellente expérience que vous pourriez faire. Remettez la trousse à l'une de vos associations de circonscription, qu'elle cherche à mettre en oeuvre ce que l'on y propose. C'est très utile quelle que soit votre obédience politique.

M. Collins: Au sujet de ce que vous avez dit, j'ai l'impression que tout le monde vient réclamer son dû, dire ceci est mon droit. Il faudrait peut–être parler plutôt de devoirs. Je pense que nous avons fait fausse route quelque part. Si tout le monde a des devoirs, chacun pourra jouir de tous les droits qu'il veut, mais ce n'est pas ainsi que les choses semblent se passer.

Par exemple, lorsqu'un mari décède et que sa femme se rend à la banque, certaines de ces banques la traitent comme si elle sortait de l'arche de Noé ou quelque chose du genre. Parce qu'elle ne s'occupait pas des affaires bancaires auparavant, c'est incroyable tout ce qu'on va lui faire subir.

Mme Finestone: C'est incroyable ce que son mari lui a fait subir en faisant d'elle une invalide, une handicapée économique. C'est ce que je pense. Pardonnez–moi.

Le président: Qu'il repose en paix.

M. Collins: Mais c'est un problème.

Mme Finestone: Il y a plusieurs façon de répondre à ce que vous dites. Le travail que nous faisons dans le domaine du multiculturalisme. . . je conçois le multiculturalisme comme la troisième étape d'une société en évolution. Tout d'abord il y a l'immigration, puis la citoyenneté, et enfin l'assurance que l'on peut être intégré et reçu au sein de la société d'accueil.

[*Texte*]

Part of the values that are taught is certainly that you have not only the obligation to swear yourself in as a citizen, but you have the responsibility to be a knowledgeable citizen and to make intelligent decisions for yourself and then follow through on those obligations, starting with the obligation to vote intelligently and to be able to read and write.

With respect to education for women or men, I'm the mother of four sons. If my daughters–in–law have a problem, whose fault is that? Don't you think I'm part of the problem?

The Chairman: Don't answer.

Mrs. Finestone: I have wonderful daughters–in–law.

Le président: Je vais donner cinq minutes à M^me^ Gagnon

and then Mr. McKinnon, and we'll see where that takes us. It's like ping–pong, but slow.

Mme Gagnon: J'avais d'autres questions concernant la condition féminine, mais il y a aussi le multiculturalisme. Je vais vous poser une question sur le patrimoine.

Étant donné la séparation des administrations responsables du multiculturalisme et de la citoyenneté, comment le ministère du Patrimoine canadien compte–t–il coordonner les responsabilités au chapitre du multiculturalisme avec la politique en matière de citoyenneté? Je siège au Comité de l'immigration et je vois des chevauchements dans les programmes. J'aimerais que vous m'expliquiez comment tout cela va fonctionner sur le plan administratif.

Mme Finestone: En ce moment, je ne vois pas de chevauchements. Ce que je vois, c'est plutôt une complémentarité. C'est mon observation. Vous pouvez peut–être me donner les renseignements pour que je puisse m'assurer qu'il n'y a pas trop de chevauchements, car on sait que c'est trop coûteux.

D'après mon analyse, notre travail se fait quand la personne est déjà ici, après qu'elle est devenue citoyen ou citoyenne. Notre responsabilité est de nous assurer que ces personnes s'intègrent bien à leur société, qu'elles se sentent bien dans leur peau et bien reçues dans leur petit patelin, et que la population qui les reçoit assure leur intégration.

Mais ces personnes ont aussi la responsabilité de se renseigner et de prendre les mesures nécessaires pour pouvoir parler couramment l'une des deux langues officielles afin de contribuer à la société. Elles ont tout à fait le droit de vivre dans leur propre culture, mais on espère qu'elles vont aussi participer à la vie civique.

Notre avons aussi le mandat d'essayer de faire en sorte que la haine et le racisme ne ne se manifestent pas. C'est un autre mandat et cela n'a rien à voir avec la citoyenneté, d'après moi. Il y a aussi toute la vie artistique et culturelle, les langues autres que les deux langues officielles, la culture et le patrimoine qu'on amène avec soi. Tout cela fait partie de ce que fait le ministère. C'est le programme du multiculturalisme.

Mme Gagnon: La semaine dernière, nous étions en audiences, et on a reçu beaucoup de groupes du Québec et surtout du reste du Canada. J'ai posé beaucoup de questions concernant le multiculturalisme. Cela ne semble pas faire l'unité. Il y a beaucoup de gens, même dans le Canada anglais, qui ne sont pas d'accord sur les buts visés par le multiculturalisme. Il y a un cul–de–sac. On crée des ghettos à l'intérieur de différents groupes ethniques. Il y a controverse concernant cette loi.

[*Traduction*]

Parmi les valeurs qui sont enseignées, il y a certainement celle que chacun a l'obligation de prêter serment de citoyen, mais aussi la responsabilité d'être un citoyen avisé et de prendre des décision intelligentes pour soi–même, puis de s'acquitter de ses devoirs, à commencer par le devoir de voter intelligemment et de savoir lire et écrire.

Pour ce qui est de l'éducation des femmes ou des hommes, je suis la mère de quatre fils. Si mes belles–filles ont un problème, à qui sera la faute? Ne pensez–vous pas que ce sera en partie la mienne?

Le président: Ne répondez pas.

Mme Finestone: J'ai de merveilleuses belles–filles.

The Chairman: I'm going to give five minutes to Mrs. Gagnon,

puis à M. McKinnon, et nous verrons alors où nous en sommes. C'est comme le ping–pong, mais plus long.

Mrs. Gagnon: I had other questions dealing with status of women, but there is also multiculturalism. I'm going to ask you a question on heritage.

Given that the administrations responsible for multiculturalism and citizenship have been separated, how does the department of Canadian Heritage plan on coordinating responsibilities in the area of multiculturalism with the citizenship policy? I sit on the immigration committee and I see that there is overlap with the various programs. I would like you to explain to me how that is going to work administratively speaking.

Mrs. Finestone: Right now, I don't see any overlap. what I see is rather complementarity. That is what I have observed. You could perhaps give me the necessary information in order for me to make sure there isn't too much overlapping, because we all know that it is very costly.

According to my analysis, our work is done once the person is here, once he or she has become a citizen. Our responsibility is to ensure that these people are well integrated, that they feel comfortable and welcome in their little town, and that the local population takes care of their integration.

But these people also have a responsibility to inform themselves and to take the necessary measures to learn to speak one of the two official languages, in order to contribute to society. They have every right to live in their own culture, but our hope is that they will also participate in the life of the community.

Our mandate is also to ensure that there is no manifestation of hatred or racism. That is an altogether different mandate, that has nothing to do with citizenship as far as I'm concerned. There is also the artistic and cultural aspect, the languages other than the two official languages, and the culture and heritage that each person brings. All of this comes under the department. This is the multiculturalism program.

Mrs. Gagnon: Last week, we held hearings, and we met with numerous groups from Quebec and especially from the rest of Canada. I asked many questions concerning multiculturalism. There doesn't seem to be any unanimity in this area. There are a lot of people, even in english–speaking Canada, who don't agree with the aims of multiculturalism. We seem to have reached a dead end. We are creating ghettos within various ethnic groups. There is a lot of controversy surrounding the Act.

[*Text*] [*Translation*]

• 1640

Mme Finestone: Vous avez parfaitement raison: il y a certainement un manque de compréhension. Comme je le disais au début de mes remarques, c'est un mot qui est mal compris. Il y a plusieurs volets derrière le mot. Le mot est un verbe, un nom et un adjectif. Premièrement, la société canadienne est une société multiculturelle depuis plus de 10 000 ans. Les sociétés autochtones et inuits avaient plusieurs langues et plusieurs cultures. Dès que les Anglais et les Français sont arrivés, ils ont été accueillis par les différents regroupements qui avaient des pratiques différentes. Notre réalité a toujours été le multiculturalisme.

On s'est joints à cela. Les personnes de langue anglaise ou de langue française sont venues de beaucoup de pays différents qui avaient des cultures différentes. Au Québec, il y a des francophones du Maghreb et d'Haïti. Ils sont francophones, mais ils ont une culture différente de la culture du Québec. Du côté anglais, il y a des gens qui viennent de toutes sortes de pays d'Europe et d'autres parties du monde. Il y a des cultures différentes, mais ils font partie de notre société, parce que le Canada n'a pas une culture, point. Le Canada est multiculturel. Ce multiculturalisme est notre richesse.

Mme Gagnon: Je regrette, mais je ne partage pas votre opinion là–dessus. D'ailleurs, le multiculturalisme a été mis au point dans les années soixante par M. Trudeau pour qu'il y ait un pendant au bilinguisme. Je pense que le multiculturalisme, de la manière dont il est perçu par les Québécois, est une façon de ne pas reconnaître les peuples fondateurs. C'est pourquoi les Québécois ne se sentent pas très à l'aise avec le multiculturalisme. On devrait parler de relations interculturelles et non pas de multiculturalisme.

Des peuples ont fondé le Québec, dont les francophones et les anglophones. Le multiculturalisme est une façon d'évacuer cette réalité qui est très importante, surtout au Québec puisque nous sommes minoritaires dans un Canada anglais.

Je siège au Comité de l'immigration. Si beaucoup de Québécois avaient siégé à ce Comité, ils se seraient sentis mal à l'aise parce que tout se fait en anglais, même pour les gens qui connaissent les deux langues.

Je considère que le multiculturalisme est une dépense inutile. On peut reconnaître d'autres peuples. Je pense que les autres cultures sont un apport pour le Québec, mais on devrait viser d'autres buts que celui qui sous–tend le multiculturalisme.

Le président: C'est une observation plutôt qu'une question. Pourtant, le temps nous presse. Pouvez–vous répondre brièvement à cette observation prolongée?

Mme Finestone: Monsieur le président, ces remarques sont assez intéressantes. Dans toutes les régions du pays, que ce soit au Québec ou ailleurs, on n'empêche pas la culture québécoise de se manifester dans le contexte canadien, comme on vient de le dire. Dans un contexte bilingue, nos programmes sont conçus pour aider les communautés culturelles à s'intégrer et à participer pleinement et entièrement à la vie sociale et économique canadienne. Ils visent à combattre le racisme et la haine, ce qui est un but commun de tous les partis politiques. Notre vision du Canada est une vision où l'individu a le droit de choisir et de s'intégrer où il le veut. On ne le force pas à s'intégrer où que ce soit.

Mrs. Finestone: You are perfectly right; there is a certain lack of understanding. As I said at the beginning of my remarks, it is a word that is misunderstood. It covers various things. Depending on the ending you put on the root of the word, it can be a verb, a noun or an adjective. First of all, Canadian society has been a multicultural society for more than 10,000 years. Indian and Inuit societies had several languages and several cultures. As soon as the English and the French arrived, they were greeted by various groups that had different customs. Our reality has always been that of multiculturalism.

And we joined in. The English–speaking and French–speaking people who came here originated from various countries with different cultures. In Quebec, there are francophones from the Maghreb and from Haiti. They are French–speaking, but they have a culture that is different from the Quebec culture. On the English side, there are people who come from all over Europe and elsewhere in the world. Their cultures are all different, but they are part of our society, because Canada is not just one culture. Canada is multicultural. And this multiculturalism is our wealth.

Mrs. Gagnon: I am sorry, but I don't share your opinion on that. As a matter of fact, multiculturalism was devised in the 1960s by Mr. Trudeau to be the counterpart of bilingualism. I believe that multiculturalism—at least this is the way in which it is perceived by Quebecers—is a way of not recognizing the founding peoples. This is why Quebecers do not feel very comfortable with multiculturalism. We should talk in terms of intercultural relations rather than of multiculturalism.

Various peoples, including francophones and anglophones, founded Quebec. Multiculturalism is a way of eliminating this reality, that is very important, especially in Quebec since we are a minority within English Canada.

I sit on the Immigration Committee. Had more Quebecers sat on the committee, they would have felt very uncomfortable, because everything is done in English, even when those who have the floor speak both languages.

To my mind, multiculturalism is a useless expense. We can recognize other peoples. I believe that all of the other cultures bring something to Quebec, but we should be aiming for other objectives than those that underlie multiculturalism.

The Chairman: That is more of a statement than a question. But our time is running out. Could you respond briefly to this lengthy statement?

Mrs. Finestone: Mr. Chairman, the remarks we have just heard are rather interesting. In all of the regions of the country, be it in Quebec or elsewhere, the Quebec culture is not being prevented from expressing itself in the Canadian context, contrary to what has just been said. In a bilingual context, our programs are developed in view of helping cultural communities become integrated and participate fully and completely in Canada's social and economic life. They are aimed at fighting racism and hatred, which is a common goal of all political parties. Our vision of Canada is a vision in which the individual has the right to choose and to become integrated where he or she wants. No one is being forced to become integrated in one given place.

[*Texte*]

Le président: Merci.

Mr. McKinnon, and then the tag-team effort over here.

Mr. McKinnon (Brandon—Souris): Welcome to our committee, Mrs. Finestone. It's a pleasure having you.

As a proud father of three young women, I'm the opposite, I guess, in that I suppose I have to be responsible for the males—

Mrs. Finestone: Yes, protection.

Mr. McKinnon: —who have difficulty with my daughters.

The Chairman: Too bad you didn't meet earlier.

Some hon. members: Oh, oh!

Mr. McKinnon: Toward the early portion of your introductory remarks, you made reference to "inclusion". I'm curious: when I came to Ottawa, I heard that one of the departments was doing or has completed a document on moving toward greater inclusion. Do you have any information on whether that document was ever completed? Am I talking to the right minister here?

• 1645

Mrs. Finestone: Yes, you are. As a matter of fact, he just got a promotion in our department.

Yes, it was done in our department, toward greater inclusion. It's part of the work we do to effect institutional change. It has been used now by many of our federal departments. Is it one you're familiar with?

Mr. McKinnon: I haven't seen the document. I'm curious about it.

Mrs. Finestone: I'd be very pleased to deposit it. I was very encouraged, because the RCMP is using it.

Ms Susan Scotti (Director General, Citizens' Participation and Multiculturalism Branch, Department of Canadian Heritage): It's still undergoing further testing.

Mrs. Finestone: Thank you very much.

I know we have tested it in a number of milieus. It has been found to be very successful. A number of the provinces have indicated interest in the particular document. I want to use that document particularly in the private sector—voluntarily. They can use that.

I think institutional change is required within the private sector as well when you realize what the work force is going to be like and who will be making up the workforce of Canada. It's very important that, as I call them, the foremen and other people at the managerial level understand diversity and can respect that diversity and help people adapt to the diversity, whether it's people who have disabilities or whether it's people with different-coloured skins. That's the diversity that needs to be accommodated within our lifestyle.

[*Traduction*]

The Chairman: Thank you.

Monsieur McKinnon, qui sera suivi du tandem là-bas.

M. McKinnon (Brandon—Souris): Bienvenue au comité, madame Finestone. Nous sommes ravis de vous accueillir parmi nous.

En tant que père tout fier d'avoir donné le jour à trois jeunes femmes, je suis dans la situation contraire, j'imagine, en ce sens que je suppose qu'il me faut être responsable des mâles. . .

Mme Finestone: Oui, sur le plan de la protection.

M. McKinnon: . . .qui ont de la difficulté avec mes filles.

Le président: Dommage que vous ne vous soyez pas rencontrés plus tôt.

Des voix: Oh! oh!

M. McKinnon: Au début de vos remarques liminaires, vous avez parlé d'«intégration». Je suis curieux: lorsque je suis arrivé à Ottawa, j'ai entendu qu'un ministère rédigeait ou venait de rédiger un document visant à renforcer l'intégration. Savez-vous si ce document a jamais été terminé? Est-ce que je m'adresse au bon ministre?

Mme Finestone: Oui. Il vient d'ailleurs juste d'avoir une promotion dans notre ministère.

Oui, cela a été fait dans notre ministère, pour promouvoir une meilleure intégration. Cela fait partie du travail que nous faisons pour opérer des changements institutionnels. Nombre de nos ministères fédéraux s'en sont déjà servi. Est-ce de ce document que vous parlez?

M. McKinnon: Je ne l'ai pas vu. J'aimerais en savoir davantage.

Mme Finestone: Je serais ravie de vous le remettre. Je suis très optimiste, car la GRC l'utilise.

Mme Susan Scotti (directrice générale, Direction de la participation des citoyens et du multiculturalisme, ministère du Patrimoine canadien): Le programme est toujours à l'essai.

Mme Finestone: Merci beaucoup.

Je sais que vous l'avons mis à l'essai dans divers milieux. Il donne d'excellents résultats. Un certain nombre de provinces se sont montrées intéressées également. Je veux utiliser particulièrement ce document dans le secteur privé—à titre facultatif. Les entreprises peuvent s'en servir.

Je pense qu'un changement institutionnel est requis dans le secteur privé également, si l'on songe à ce que sera la population active à l'avenir, quelle sera la composition de la main d'oeuvre au Canada. Il est très important que les contremaîtres et autres cadres comprennent bien la diversité, sachent la respecter et aider les gens à s'adapter à la diversité, qu'il s'agisse des personnes handicapées ou de gens de couleurs différentes. C'est la diversité à laquelle notre mode de vie va devoir s'adapter.

[*Text*]

Mr. McKinnon: Mr. Chairman, I would ask if we can get a copy of that.

The Chairman: I just wasn't certain from the answer whether you were still in test mode, and therefore it's not—

Mr. Collet: If I may, Mr. Chairman, it is. To support the minister's comments, it was tested in a hospital situation in Montreal, a department of the City of Toronto and the Royal Bank of Canada, one of their sections. That's why we're awaiting the results of that testing to do the necessary editing, changes to the manual. It then would be available.

The Chairman: Did you have another question?

Mr. McKinnon: It's not along those lines, but yes, I do.

The Chairman: Was your question just a follow–up on that one or is it a different question? We're coming back over here after.

Mr. McKinnon: In Manitoba we have had a number of situations in the justice system regarding the members of the bench not being totally sensitive, or very sensitive, to women's issues. To give credit to the Minister of Justice there, I think some changes have gone on.

I'm concerned that such issues as appropriate sentencing for women, sensitivity to what I see in your Regina report, is made evident to the members of all levels of the bench. Is your mandate entering into that area of sensitivity training, or however we wish to express it, to those issues for the bench?

Mrs. Finestone: I thank you for that. The Canadian Judicial Council supports the training we have been recommending. The judiciary in other fields have started to recognize that. In fact, there have been such blatant errors I don't know if they are committed outside of ignorance. I don't think it was done with ill will, but I certainly think it's done with a degree of ignorance that's unnecessary.

So the work we've done with respect to the provision of comprehensive, credible, in–depth training on gender and other social issues, and in particular. . . You come from Manitoba. I was most impressed. We were out in Winnipeg. This weekend is Vancouver, next weekend is Winnipeg and in between is Moncton, Halifax and Saint John and a few other places.

Anyway, the Western Judicial Education Centre and the National Judicial Institute and other judicial organizations and individual courts are ensuring that training is being made widely available. I think Bertha Wilson's report has had a great deal to do with the sensitivity.

The Chairman: Thank you.

I gather we're going to have a quick one and then a little longer one. Is that it?

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I have a single question, Mr. Chairman, thank you.

I have an interest in new reproductive technology. I'd like to know how much the royal commission cost. How much did that cost?

Mrs. Finestone: A fortune, I think.

[*Translation*]

M. McKinnon: Monsieur le président, j'aimerais bien avoir un exemplaire de ce document.

Le président: Je n'ai pas très bien compris d'après la réponse si vous en êtes encore au stade de l'essai, si bien que. . .

M. Collet: C'est le cas, monsieur le président. Pour compléter la réponse de la ministre, il a été mis à l'essai dans un hôpital à Montréal, dans un service de la ville de Toronto et à la Banque Royale du Canada. C'est pourquoi nous attendons les résultats de ces essais pour apporter les changements nécessaires au manuel. Il sera ensuite disponible.

Le président: Aviez–vous une autre question?

M. McKinnon: Oui, mais sur un autre sujet.

Le président: Votre question est–elle complémentaire à celle–ci ou bien s'agit–il d'autre chose? Nous reviendrons de ce côté tout à l'heure.

M. McKinnon: Au Manitoba, il y a eu dans un certain nombre de cas des magistrats ne se sont pas montrés très sensibles aux problèmes féminins. Le ministre de la Justice est intervenu, et c'est à mettre à son crédit.

Il importe que tous les magistrats soient sensibilisés à des problèmes tels que les peines appropriées à imposer aux femmes, au genre de choses que l'on trouve dans votre rapport de Régina. Est–ce que votre mandat englobe cette formation de sensibilisation, peu importe comment on l'appelle, des magistrats à ces questions?

Mme Finestone: Je vous remercie de cette question. Le Conseil canadien de la magistrature est favorable à la formation que nous avons recommandée. Les magistrats, dans d'autres domaines du droit, ont commencé à prendre conscience de ces problèmes aussi. De fait, il y a eu des erreurs tellement flagrantes que je ne suis même pas sûre qu'elles soient le fait de l'ignorance. Je ne pense pas qu'il y a eu de mauvaises intentions, mais en tout cas cela témoigne d'un degré d'ignorance intolérable.

Donc, le travail que nous avons fait en vue de dispenser une formation complète, crédible, en profondeur, sur les problèmes féminins et d'autres questions sociales, et en particulier. . . Vous êtes du Manitoba. J'ai été très impressionnée. Nous sommes allés à Winnipeg. Cette fin de semaine ce sera à Vancouver, la semaine prochaine de nouveau à Winnipeg, et entre–temps Moncton, Halifax et St–Jean et quelques autres lieux.

Quoi qu'il en soit, le Western Judicial Education Centre et l'Institut national de la magistrature ainsi que d'autres organismes judiciaires et tribunaux veillent à ce que la formation soit largement disponible. Je pense que le rapport de Bertha Wilson a eu une grande influence à cet égard.

Le président: Je vous remercie.

Je pense que nous allons avoir une petite question rapide et puis une plus longue. Est–ce bien cela?

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je n'ai qu'une seule question, monsieur le président, merci.

Je m'intéresse aux nouvelles technologies de reproduction. J'aimerais savoir combien a coûté la commission royale.

Mme Finestone: Une fortune, je pense.

[*Texte*]

How much did it cost?

Ms Charlotte Cloutier (Director, Policy Analysis and Development Directorate, Status of Women Canada): It cost $25 million to $27 million.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): There's nothing in the estimates that says that.

• 1650

Mrs. Finestone: That's because it's not done under my mandate, Jan, it's done under the health ministry.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Okay.

Ms Cloutier: It comes from PCO.

Mr. Borbey: I think the costs were reflected in PCO's estimates.

Ms Cloutier: Royal commissions are always under PCO.

Mrs. Finestone: Thank you, I forgot that. You see, I can learn something all the time. The PCO, Privy Council Office.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): It is included in the Status of Women Canada estimates, in terms of its explanation.

I don't mean to be unkind here, but I come to this question from a personal perspective. I have two daughters, 23 and 19 years of age. They are young women. They are facing a future where new reproductive technologies are going to be an issue for them ethically, socially and economically. They are going to be decision–makers. They are going to have to make some very difficult decisions about reproduction technologies of a different sort than what you or I were ever used to.

In this report, I just see that we're going to be reviewing, assessing, reviewing. I don't really see very much action. In fact, that report has sat on the shelf in my office since I got it in November.

In reviewing it, I see there are some very powerful and exciting changes that are on the horizon for women in this whole area, but how long do we sit and review and assess before we actually are going to do something with it? To be quite honest, a $27 million expenditure is a heck of a lot of money to produce a report that's going to sit on my shelf for four years and have nothing come out of it. I find that really frustrating.

Mrs. Finestone: Jan, I share your frustration about royal commission reports, although not this particular one. Certainly there are more royal commission reports that have gathered dust forever and a day and never really see much more than the light of day for their one moment in the sunshine, at tremendous cost. I think Mr. Godfrey probably knows the names of most of them. I only know there is a tremendous number of them.

This particular report is, as you have said, very complex and has tremendous long–term implications, particularly moral and social ones. It has not been tabled for that long. It is being studied. The health department under Madam Marleau has struck a committee that is looking at it. I think there are 493 recommendations in it. It's an enormous series of recommendations, anyway. Each of them, in and of and by themselves, has questions and applicational problems or concerns.

[*Traduction*]

Combien a–t–elle coûté?

Mme Charlotte Cloutier (directrice, Analyse et élaboration des politiques, Condition féminine Canada): Entre 25 et 27 millions de dollars.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Il n'y a rien dans les prévisions budgétaire à ce sujet.

Mme Finestone: C'est parce que cela ne relève pas de mon portefeuille, Jan, mais de celui de la santé.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): D'accord.

Mme Cloutier: Les crédits viennent du BCP.

M. Borbey: Je pense que ces crédits sont inscrits au budget du BCP.

Mme Cloutier: Les Commissions royales relèvent toujours du BCP.

Mme Finestone: Je vous remercie, j'avais oublié. Vous voyez, j'en apprends tous les jours. Le BCP, Bureau du Conseil privé.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): L'explication figure dans le budget de Condition féminine Canada.

Je ne veux pas être trop dure, mais j'appréhende cette question selon une optique personnelle. J'ai deux filles, âgées de 23 et 19 ans. Ce sont de jeunes femmes. Elles abordent un avenir où les nouvelles technologies de reproduction leur poseront des problèmes moraux, sociaux et économiques. Elles auront des décisions à prendre. Elles vont devoir prendre des décisions très difficiles au sujet de technologies de reproduction qui sont très différentes de celles que vous et moi avons connues.

Dans ce rapport, je lis que l'on va examiner, évacuer, étudier. Je ne vois guère d'action. En fait, ce rapport dort sur un étagère dans mon bureau depuis que je l'ai reçu en novembre.

En le lisant, j'ai constaté que d'importants et passionnants changements se profilent à l'horizon pour les femmes dans tout ce domaine, mais combien de temps allons–nous rester assis à évaluer et étudier avant que nous ne fassions quelque chose de concret? Très franchement, 27 millions de dollars c'est beaucoup d'argent pour produire un rapport qui va dormir sur mon étagère pendant quatre ans, sans que rien de concret n'en sorte. Je trouve cela vraiment frustrant.

Mme Finestone: Jan, je partage votre frustration au sujet des rapports des commissions royales, mais pas pour celui–ci. C'est vrai, quantité de rapports de commissions royales ramassent la poussière pendant une éternité et ne revoient jamais la lumière du jour après leur bref moment au soleil, lequel coûte très cher. M. Godfrey pourrait vous en faire la liste. Je sais seulement qu'il y en a énormément.

Ce rapport en particulier est très complexe et suscite d'énormes interrogations pour le long terme, particulièrement d'ordre moral et social. Cela ne fait pas si longtemps qu'il a été déposé. Et qu'on l'étudie. Le ministère de la Santé, sous M^me^ Marleau, a mis sur pied un comité pour cela. Je pense qu'il contient 493 recommandations, en tout cas une masse énorme de recommandations. Chacune d'elles suscite des interrogations et comporte des problèmes d'application.

[*Text*]

I know that Status of Women is working on this internal team, evaluating what they can do. I know Madam Marleau was asked that question in the House not too long ago. You may have been the one who asked her the question.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): No.

Mrs. Finestone: She was asked the question and she indicated that they are proceeding.

Don't forget, there are federal and provincial jurisdictions in here, so you have to deal with the provinces. You can't cross provincial boundaries in certain areas of health, in terms of certain university work that you might want to do.

I would think it would be excellent for women's groups to get themselves more involved with the actual recommendations, select those that they think have an application that could take place now, and start to move forward with that.

Mr. Solberg: Today one of the Liberal members suggested that the National Action Committee on the Status of Women should pay their own way. How do you feel about that?

Mrs. Finestone: I feel that the allocation accorded to the National Action Committee has been carefully examined by the relevant minister and women's program, and in conjunction with the values set is fair and equitable. I think it should stay exactly where it is, given now that we still have money. If cuts have to be made, they'll get cuts like everybody else.

Mr. Solberg: Will their activities at the Centre Block the other day affect how you would look at that in the future?

Mrs. Finestone: How would you know what their activities were? You didn't attend their meeting.

Mr. Solberg: No, we didn't attend their meeting, but it was on the news.

Mrs. Finestone: Do you believe everything that's on the news?

Mr. Solberg: Mrs. Finestone, I think we all know what happened there. I think we deserve a straight answer.

The Chairman: Let me understand the question. You are referring to the demonstration as opposed to the meeting, is that it?

Mr. Solberg: Yes, the demonstration.

Mrs. Finestone: I wasn't there at the demonstration, Mr. Chairman. I did respond, when they brought it to my attention, that I would bring it to the attention of the Speaker of the House. Those are his responsibilities, to examine the extent of whatever took place.

I was not a witness and certainly none of us in our party was a witness, because we were all waiting to join them in the room where we were meeting. Certainly a letter has gone to the Speaker of the House and we will await his hearings in the matter.

• 1655

Mr. Solberg: I want to switch gears for a second to discuss multiculturalism. Canada has been a multicultural country for a long time, but we didn't have funding to promote multiculturalism until about 20 years ago or so. Why do we need funding to promote multiculturalism, in your judgment?

[*Translation*]

Je sais que Condition féminine participe à cette équipe interne, évalue ce que l'on peut faire. Je sais qu'une question sur ce sujet a été posée en Chambre à M^me^ Marleau, il y a peu de temps. C'est peut–être vous qu'il l'avez posée.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Non.

Mme Finestone: On lui a posé la question et elle a dit que les travaux sont en cours.

N'oubliez pas que c'est un domaine de compétences partagées avec les provinces et il faut donc les consulter. Pour certains soins, on ne peut franchir les frontières provinciales, et il en est de même de certaines recherches universitaires.

Je pense que ce serait une très bonne chose que les groupements féminins s'intéressent de plus près à ces recommandations, choisissent celles qui pourraient recevoir une application immédiate, afin que les choses avancent.

M. Solberg: L'un des députés libéraux a émis l'avis que le Comité canadien d'action sur le statut de la femme ne devrait plus recevoir de subventions. Qu'en pensez–vous?

Mme Finestone: Je pense que le montant attribué au Comité canadien d'action a été soigneusement examiné par le ministre compétent et par les gens du Programme des femmes, et que les montants fixés sont justes et équitables. Je pense qu'il ne faut pas y toucher, sachant que pour le moment nous avons encore de l'argent. Si des coupures doivent être faites, il en subira comme les autres.

M. Solberg: Est–ce que ces activités à l'édifice du Centre l'autre jour change votre façon de voir les choses pour l'avenir?

Mme Finestone: Que savez–vous de ces activités? Vous n'avez pas assisté à la réunion.

M. Solberg: Non, nous n'avons pas assisté à la réunion, mais on en a parlé dans les nouvelles.

Mme Finestone: Est–ce que vous croyez tout ce que vous entendez dans les journaux télévisés?

M. Solberg: Madame Finestone, je pense que nous savons tous ce qui s'est passé. Je pense que nous méritons une réponse sans détour.

Le président: Voyons si nous comprenons bien la question. Vous parlez de la manifestation, par opposition à la réunion, n'est–ce pas?

M. Solberg: Oui, la manifestation.

Mme Finestone: Je n'étais pas à la manifestation, Monsieur le président. J'ai répondu, lorsqu'on m'en a parlé, que je porterais la question à l'attention du président de la Chambre. Les événements qui se sont déroulés relèvent de lui.

Je n'y ai pas assisté et personne de notre Parti n'y a assisté, car nous étions tous dans la salle à les attendre. Une lettre à ce sujet a été adressée au président de la Chambre et nous attendons les conclusions de son enquête.

M. Solberg: Je vais changer de braquet quelques instants pour parler de multiculturalisme. Le Canada est un pays multiculturel depuis très longtemps et, il y a encore une vingtaine d'années de cela, nous n'avions pas besoin de crédits pour promouvoir le multiculturalisme. Pourquoi nous faut–il des crédits pour promouvoir le multiculturalisme, à votre avis?

[*Texte*]

Mrs. Finestone: There are a number of reasons. First and foremost, I think we've had before our eyes on the television set too often to be comfortable a vision of what goes on when you don't pay attention to diversity. When you don't pay attention to diversity you can have a lot of trouble. Just take a look at what's happened in the world. If what's happening in Serbia, Croatia, and Bosnia isn't enough to give you the shivers, and if we don't do something about that. . .

The other aspect is—you are probably as familiar as I am with the demographic portrait of Canada until the 1950s—that we were, for the most part, quite a Euro-centred immigration country. We primarily came from England, France, and the European countries. But we changed quite significantly. I was asking my legislative assistant for these notes because I really was quite stunned when I saw this information.

Before 1961, 95% of Canada's immigrants came from Europe and the United States and less than 5% came from the Caribbean, Africa and Asia. By 1990 the proportion had risen from 5% to about 70%.

That increase accounts for one of the reasons why one would need to have a very significant and important learning curve for the groups that are coming in, with regard to the culture shock they would have to suffer, the culture experience of living in a vast land like ours with terrain very different from theirs and with four seasons of the year, which they're not used to and which is all part of acculturation as well, to the games we play and the theatre we enjoy, and for the people of the host country. The learning curve for the host country involves understanding something about the countries of origin of these very new and evolving mainstream Canadians.

If you look at what's going to happen when. . . Of one-quarter of the population in 1961 whose origins were neither British nor French, only 3% represented visible minorities, and by 1986 37% of us reported at least one origin other than British or French, with just over 6% defined as members of visible minorities. That proportion is close to 10% and will probably be the permanent demographic minimum.

So I think it was incumbent upon us, although we only started following the B and B commission in 1970, to really look beyond bilingualism and biculturalism. We have learnt and evolved, and Canada's not a static country.

Mr. Solberg: I think you'd agree that there is a debate, though, over whether or not some people feel multiculturalism gives a perception that ethnic groups are being favoured, and that may actually cause disharmony in the community. I've got a quote here from the rector of the Université du Québec à Montréal, Mr. Claude Corbo, who said:

> . . .multiculturalism policy artificially strengthens and then marginalizes ethnic communities and creates more division than it does unity.

What I point to is that despite the fact we've spent $38 million this year and—

Mrs. Finestone: Where did you spend $38 million?

[*Traduction*]

Mme Finestone: Il y a plusieurs raisons. La première, et la principale, c'est que nous n'avons vu que trop souvent à la télévision ce qu'il advient lorsqu'on ne prête pas attention à la diversité. Cette négligence peut amener beaucoup d'ennuis. Regardez ce qui se passe un peu partout dans le monde. Si ce qui arrive en Serbie, en Croassie et en Bosnie ne suffit pas à vous faire trembler, et si, nous ne faisons rien pour. . .

L'autre raison c'est que—et vous connaissez sans doute aussi bien que moi le portrait démographique du Canada jusque dans les années cinquante—c'est que nous étions essentiellement un pays d'immigration centré sur l'Europe. Les immigrants provenaient principalement d'Angleterre, de France et d'autres pays européens. Mais cela a énormément changé. J'ai demandé ces notes à mon adjoint administratif car lorsque j'ai vu ces chiffres, ils m'ont sidéré.

Avant 1961, 95 p. 100 des immigrants du Canada venaient d'Europe et des États-Unis, et moins de 5 p. 100 des Antilles, d'Afrique et d'Asie. On 1990, cette proportion avait atteint 70 p. 100.

Cet accroissement est l'une des raisons pour lesquelles il nous faut obtenir une courbe d'apprentissage très rapide pour les groupes qui viennent s'établir, étant donné le choc culturel qu'ils vont subir, la nouveauté culturelle que représente la vie dans un pays aussi vaste que le nôtre, avec une topographie si différente et quatre saisons dans l'année, à quoi ils ne sont pas accoutumés et qui fait également partie de l'intégration culturelle, tout autant que les jeux auxquels nous jouons, les pièces de théâtre que nous regardons. Cela va aussi pour les habitants du pays d'accueil. La courbe d'apprentissage du pays d'accueil suppose que nous soyons familiarisés avec les pays d'origine de ces tout nouveaux Canadiens bientôt majoritaires.

Si vous regardez ce qui va se passer lorsque. . . Sur les 25 p. 100 de la population de 1961 ayant une origine autre que britannique ou française, seuls 3 p. 100 étaient des minorités visibles. En 1986, 37 p. 100 avaient au moins un ascendant autre que britannique ou français, mais un peu plus de 6 p. 100 se définissaient comme membres de minorités visibles. Cette proportion approche maintenant les 10 p. 100 et constituera sans doute le minimum démographique permanent.

Je pense donc qu'il nous incombe de regarder au-delà du bilinguisme et du biculturalisme, même si cette tâche n'a commencé qu'après la Commission B et B de 1970. Nous avons appris et évolué et le Canada n'est pas un pays statique.

M. Solberg: Mais vous conviendrez qu'il y a un débat sur la question de savoir si le multiculturalisme ne dégage pas l'impression que les groupes ethniques sont favorisés et que cela peut engendrer des dissensions au sein de la société. J'ai ici une citation du recteur de l'Université du Québec à Montréal, M. Claude Corbo, qui écrit:

> . . .la politique de multiculturalisme renforce artificiellement, puis marginalise, les communautés ethniques et engendre plus de divisions qu'elle ne contribue à l'unité.

Ce à quoi je veux en venir c'est que, en dépit du fait que nous dépensions 38 millions de dollars cette année et. . .

Mme Finestone: D'où tirez-vous ce chiffre de 38 millions de dollars?

[*Text*]

Mr. Solberg: Well, in this department.

Mrs. Finestone: No, you didn't. But, anyway, I wish we had $38 million to spend.

Mr. Solberg: Well, that's what the main estimates say. But regardless, we spent millions of dollars and we still have increasing tensions.

Mrs. Finestone: Yes, we do. So do they have in the rest of the world.

Mr. Solberg: So how do we judge whether or not this policy is working?

Mrs. Finestone: I think the judgment is in the fact that we have a peaceful dialogue about difference, that when racism raises it's ugly head, as it has been doing and continues to do, you don't hear silence out there—because silence is assent—you hear the voices raised of people in this very House of Commons, in the legislatures across this land, and in community groups that are in place and that work in the interest of multiculturalism. As I pointed out at the very beginning, multiculturalism has a difference of interpretation and of action.

I think your observation is true to the extent that there is misunderstanding about multiculturalism, because multiculturalism is what we are, and ethnocultural and cultural programs are what we do. I think there is a significant difference, and I would hope members of the House of Commons could explain that to their constituencies so they would understand the difference.

• 1700

We can't change who we are and we don't want to change who we are. But what we can do is to make sure who we are is this wonderful experiment that's going to work in the world of differences, to make us all respectful of each other.

I think I'll finish, Monte Solberg, by saying the following. I frankly don't quite care whether you love me or whether you like me, but the one thing I do care about is that you will respect my right to be different and that you respect who I am and what I might stand for from my religious or my cultural perspective. You don't have to be my friend. I would hope you would be, because you got to know me. That's your right. But I have a right to live here and be respected as part of the multicultural fabric that is the reality of Canada.

The Chairman: Thank you very much. As we wend and wind our way to the end, if you'd indulge the chair, might I put one question and an observation?

In a previous life, I once had the occasion to link together a series of newspapers across the country and radio stations and television stations and to ask a question which was about the definition of Canada. This was during one of our innumerable constitutional crises.

The question was whether people could accept this definition of Canada: that Canada is a multicultural society composed of three founding nations, aboriginal, French–speaking and English–speaking. What was interesting was—and I'm sorry

[*Translation*]

M. Solberg: Eh bien, de ce ministère.

Mme Finestone: Non, certainement pas. De toute façon, j'aimerais bien avoir 38 millions de dollars à dépenser.

M. Solberg: Eh bien, c'est ce que dit le Budget des dépenses principal. Mais peu importe, nous dépensons des millions de dollars et les tensions continuent néanmoins de monter.

Mme Finestone: Oui, comme dans le reste du monde.

M. Solberg: Comment pouvons–nous savoir dans ce cas que la politique est efficace?

Mme Finestone: L'étalon est que nous avons un dialogue pacifique sur nos différences, que lorsque le racisme montre sa face hideuse, comme il l'a fait et continuera à le faire, il ne rencontre pas que le silence—car qui ne dit mot consent—mais la voix du peuple dans cette Chambre des communes où nous sommes, dans les législatures de tous les pays, dans les associations communautaires qui existent et qui oeuvrent dans l'intérêt du multiculturalisme. Comme je l'ai fait remarquer tout au début, il y a dans le multiculturalisme une différence d'interprétation et d'action.

Je pense que votre observation est vraie en ce sens qu'il y a un malentendu au sujet du multiculturalisme, car le multiculturalisme est ce que nous sommes et les programmes ethnoculturels et culturels sont ce que nous faisons. Je pense qu'il y a une différence considérable et j'espère que les députés l'expliqueront à leurs électeurs, afin qu'eux aussi comprennent la différence.

Nous ne pouvons ni ne voulons changer ce que nous sommes. Mais ce que nous pouvons faire, c'est de faire en sorte que ce que nous sommes soit une merveilleuse expérience réussie dans le monde des différences, afin que nous ayons tous du respect les uns pour les autres.

Je pense que je vais conclure, Monte Solberg, en disant ceci. Franchement, que m'importe que vous m'aimiez ou non, mais ce qui m'importe c'est que vous respectiez mon droit à la différence, que vous respectiez qui je suis et ce que je crois, selon ma perspective religieuse ou culturelle. Vous n'avez pas besoin d'être mon ami. J'aimerais bien que vous le soyez, une fois que vous me connaîtrez. C'est votre droit. Mais moi, j'ai le droit de vivre ici et d'être respecté en tant que partie du tissu multiculturel qui est une réalité au Canada.

Le président: Merci beaucoup. Nous approchons de la fin de la séance et, avec votre permission, j'aimerais poser une question et faire une remarque.

Dans une vie antérieure, j'ai eu l'occasion de relier entre eux une série de journaux, de stations de radios et de télévisions du pays et de poser une question portant sur la définition du Canada. C'était pendant l'une de nos innombrables crises constitutionnelles.

La question était de savoir si les auditeurs souscrivaient à la définition suivante du Canada: le Canada est une société multiculturelle composée de trois nations fondatrices, la nation autochtone, la francophone et l'anglophone. Il est intéressant—

[*Texte*]

Madam Gagnon isn't here—the question went down best in Quebec. That was where the highest rate of agreement was, that it is a multicultural society with these three founding components in which the multicultural folk find themselves in terms of certain kinds of traditions. It did the worst in English-speaking Canada. That struck me as a useful definition of Quebec today as well.

Is that a definition you can live with?

Mrs. Finestone: I'm not sure. I'd like to know who is a Canadian and I've asked that question many times. I think the sense of identity developed by each citizen as a unique individual is distinct from his national allegiance, and I quote you directly from what was written about multiculturalism in the introduction to the act. Cultural identity is not the same thing as allegiance to a country, and cultural pluralism is the very essence of Canadian identity.

So a policy of multiculturalism must be a policy for all Canadians, and you can identify in there in its collective sense or in it's individual sense. It's up to you.

The Chairman: Does it recognize, though, even on historical grounds, that certain people were here first—the aboriginals, then French-speaking, then English-speaking—and they set up a series of institutions and traditions that people buy into, by definition, when they come to this country? Is that a useful notion?

Mrs. Finestone: Yes, and it's interesting that you raise that, because just yesterday in one of my multitude of travels the question was, why do Americans find it so easy to become Americans almost instantaneously, salute the flag, wave it madly and are ardent nationalists? The answer that was given was that they went through a war and we've just been adhering to growing with our various and different formats. I don't know. The answer is yes and no, if that can help you.

The Chairman: Well, that's a very Canadian answer. And on that note, thank you.

Some hon members: Oh, oh!

The Chairman: The meeting stands adjourned.

[*Traduction*]

et je regrette que M^me^ Gagnon ne soit plus là—de constater que c'est au Québec que la question a été la mieux reçue. C'est là que le taux de réponses positives a été le plus élevé, à savoir que le Canada est une société multiculturelle ayant ses trois peuples fondateurs. C'est au Canada anglophone que le taux de réponses favorables a été le plus faible. Cela m'a frappé comme étant une définition encore utile aujourd'hui pour le Québec.

Est-ce une définition que vous acceptez?

Mme Finestone: Je ne suis pas sûre. J'aimerais savoir qui est Canadien et j'ai posé la question bien des fois. Je pense que le sentiment d'identité que développe chaque citoyen en tant qu'individu unique est distinct de son allégeance nationale et je vous cite directement ce qui est dit du multiculturalisme dans l'introduction de la loi. L'identité culturelle n'est pas la même chose que l'allégeance à un pays et le pluralisme culturel est l'essence même de l'identité canadienne.

Donc, une politique de multiculturalisme doit être une politique pour tous les Canadiens, et vous pouvez vous identifier à elle sous sa dimension collective ou sa dimension individuelle. Cela dépend de vous.

Le président: Mais reconnaît-elle, ne serait-ce que pour des raisons historiques, que certains peuples étaient les premiers—les autochtones, les francophones, puis les anglophones—qui ont mis sur pied une série d'institutions et de traditions que les nouveaux arrivants épousent, par définition, lorsqu'ils viennent s'établir dans ce pays? Est-ce là une notion utile?

Mme Finestone: Oui, et c'est intéressant que vous en parliez car hier encore, lors d'un de mes innombrables voyages, on m'a demandé pourquoi il est si facile aux Américains de devenir Américains presque instantanément, de saluer le drapeau, de l'agiter frénétiquement et de se montrer des nationalistes ardents? La réponse que quelqu'un a donnée est que les États-Unis sont devenus indépendants par une guerre, alors que n'avons nous-mêmes fait qu'évoluer peu à peu à l'intérieur de nos cadres différents. Je ne sais pas. La réponse est à la fois oui et non, si cela peut vous aider.

Le président: Eh bien, c'était une réponse très canadienne. Là-dessus, je vous remercie.

Des voix: Ah, ah!

Le président: La séance est levée.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid / Port payé
Lettermail / Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the Department of Canadian Heritage:

Roger Collet, Assistant Deputy Minister, Citizenship and Canadian Identity;

Pat Borbey, Director General, Financial Management.

From Status of Women Canada:

Charlotte Cloutier, Director, Policy, Analysis and Development Directorate.

TÉMOINS

Du ministère du Patrimoine canadien:

Roger Collet, sous–ministre adjoint, Citoyenneté et identité canadienne;

Pat Borbey, directeur général, Gestion financière.

De Condition féminine Canada:

Charlotte Cloutier, directrice, Analyse et élaboration des politiques.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 22

Thursday, June 16, 1994

Chairperson: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 22

Le jeudi 16 juin 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of culture and the information highway

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la culture et l'autoroute de l'information

---

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

LIBRARY
JUL 21 1994
University of Toronto

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chairperson: John Godfrey

Vice-Chairs: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Associate Members

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice-présidentes: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Membres associés

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

THURSDAY, JUNE 16, 1994
(27)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 3:45 o'clock p.m. this day, in Room 209, West Block, the Vice–Chair, Eleni Bakopanos, presiding.

Members of the Committee present: Eleni Bakopanos, Bonnie Brown, Jan Brown, Roger Gallaway, Glen McKinnon, Louis Plamondon, Monte Solberg, Suzanne Tremblay.

Acting Members present: Bill Graham for John Godfrey, Réal Ménard for Louis Plamondon.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: From the Canadian Association of Broadcasters: Michael McCabe, President and CEO; Jane Logan, Vice–President, Radio; Peter Miller, General Council. *From "Le Réseau de veille sur l'information et la communication":* Jean–Guy Rens, Member; François–Pierre le Scouarnec, "Professeur de management international, École nationale de l'administration publique (ENAP)".

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), and its Order of Wednesday, April 27, 1994, a study of culture and the information highway. (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Tuesday, May 24, 1994, Issue No. 14*).

Michael McCabe made a statement, and with the other witnesses from the Canadian Association of Broadcasters, asnwered questions.

On motion of Roger Gallaway, it was agreed, — That representatives of both ACTRA and the Canadian Independent Record Producers Association be invited to appear before the Committee.

Jean–Guy Rens and François–Pierre Le Scouarnec from "Le Réseau de veilles sur l'information et la communication" each made a statement and answered questions.

At 5:38 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE JEUDI 16 JUIN 1994
(27)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 15 h 45, dans la salle 209 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence d'Eleni Bakopanos (*vice–présidente*).

Membres du Comité présents: Eleni Bakopanos, Bonnie Brown, Jan Brown, Roger Gallaway, Glen McKinnon, Louis Plamondon, Monte Solberg, Suzanne Tremblay.

Membres suppléants présents: Bill Graham pour John Godfrey; Réal Ménard pour Louis Plamondon.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: Du Réseau de veille sur l'information et la communication: Jean–Guy Rens, membre; François–Pierre le Scouarnec, professeur de management international, École nationale d'administration publique (ENAP). *De l'Association canadienne des radiodiffuseurs:* Michael McCabe, président et directeur général; Jane Logan, vice–présidente, Radio; Peter Miller, directeur juridique.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) et à son ordre de renvoi du mercredi 27 avril 1994, le Comité poursuit son étude sur la culture et l'autoroute de l'information (*voir les Procès–verbaux et témoignages du mardi 24 mai 1994, fascicule nº 14*).

Michael McCabe fait un exposé puis, avec les autres témoins de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, répond aux questions.

Sur motion de Rober Gallaway, il est convenu — Que des représentants de l'ACTRA et de l'Association canadienne des producteurs de disques indépendants soient invités à témoigner.

Jean–Guy Rens et François–Pierre le Scouarnec, du Réseau de veille sur l'information et la communication, font chacun un exposé et répondent aux questions.

À 17 h 38, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Thursday, June 16, 1994

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le jeudi 16 juin 1994

• 1546

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Je voudrais souhaiter la bienvenue aux membres du Réseau de veille sur l'information et la communication ainsi qu'aux membres de l'Association canadienne des radiodiffuseurs.

Nous sommes prêts à vous écouter, merci.

Mr. Michael McCabe (President and Chief Executive Officer, Canadian Association of Broadcasters): Thank you very much, Madam Chairman. We appreciate the opportunity to be here and to discuss with you broadcasting's role in the information highway.

With me today I have Michel Tremblay, our executive vice–president; Peter Miller, our general council; Jane Logan, our vice–president of radio; and Robert Scarth, our vice–president of television.

We have provided in the kits a set of fact sheets about Canada's private broadcasting industry so that we won't go through an enormous amount of detail. I think it will help to set the framework for the discussion and it might be useful in your work as a committee.

I should start by saying the Canadian Association of Broadcasters is the national trade association representing the great majority of Canada's privately owned advertiser–supported television and radio stations and networks.

I think you'll agree that radio and television are important cultural industries—perhaps, given our large audiences, the most influential sources of information and entertainment for Canadians.

Our social contribution is also significant, and it includes national initiatives such as our employment equity program and our national public service campaign, which this year, as you know, is on the subject of violence in the community. We also have local initiatives that support local food banks, community festivals, etc.

We directly employ close to 20,000 Canadians and we're key local and national advertising media, but our broader impact on jobs and exposure for Canadian artists and talent vastly exceeds our size. For example, our spending on Canadian programming exceeds $400 million annually and accounts for a third of our revenues. Our support for the music industry is to the tune of $75 million annually, and our Canadian–content requirements of 60% on TV, 30% on radio, and 65% French–language vocal music on radio provide a constant demand and a stage for Canadian product and talent.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): I would like to welcome the members of the *Réseau de veille sur l'information et la communication* as well as the members of the Canadian Association of Broadcasters.

We are ready to hear you, thank you.

M. Micheal McCabe (président et directeur général, Association canadienne des radiodiffuseurs): Merci beaucoup, madame la présidente. Nous sommes heureux de pouvoir discuter avec vous du rôle des radiodiffuseurs sur cette autoroute électronique.

J'ai à mes côtés aujourd'hui notre vice–président exécutif, M. Michel Tremblay, le chef du contentieux, M. Peter Miller, la vice–présidente du secteur radio, M^me^ Jane Logan, et le vice–président du secteur télévision, M. Robert Scarth.

Vous avez dans la trousse d'information que nous vous avons remise une série de fiches documentaires sur la radiotélévision privée canadienne. Elles contiennent des détails que vous pourrez lire à loisir et forment le contexte de notre discussion d'aujourd'hui. Elle pourront s'avérer utiles ultérieurement pour vos délibérations.

Disons d'abord que l'Association canadienne des radiodiffuseurs représente la vaste majorité des stations et réseaux de radio et de télévision privée du Canada qui tirent leur financement de la publicité.

Vous conviendrez, j'en suis certain, que la radiotélévision est une secteur culturel important et peut–être, étant donné son vaste auditoire, la plus influente des sources d'information et de divertissement des Canadiens.

Notre apport à la société est aussi important et prend la forme de projets d'envergure nationale, tel notre programme d'équité en matière d'emploi et notre campagne annuelle de messages d'intérêt public—qui, comme vous le savez traite cette année de la violence dans la collectivité—aussi bien que de projets locaux, à l'appui de banques d'aliments ou de festivals communautaires, par exemple.

Nous employons nous–même près de 20 000 Canadiens et canadiennes et fournissons un support publicitaire local et nationale essentiel. L'incidence de notre secteur sur le marché du travail et sur la visibilité dont jouissent les artistes et talents canadiens est toutefois beaucoup plus vaste que ne laisse supposer sa taille. Par exemple, nous dépensons chaque année plus de 400 millions de dollars, soit le tiers de nos revenus, aux postes de la programmation canadienne et nous affectons, sous une forme ou sous une autre, quelque 75 millions de dollars par année à l'appui de l'industrie de la musique. Par ailleurs, le contenu canadien de 60 p.100 qui nous est imposé à la télévision, de même que celui de 30 p. 100 qui est exigé de la radio et le quota de 65 p. 100 visant l'inclusion de musique vocale de langue française dans la grille horaire radiophonique des stations de langue française crée une demande constante qui assure un débouché considérable aux produits et talents canadiens.

[*Texte*]

Voilà qui résume ce que nous faisons aujourd'hui. Nous nous sommes, bien entendu, donné un plan stratégique pour demeurer compétitif dans le monde de l'autoroute de l'information et continuer cet apport important dans l'avenir. Avec votre permission, je vous présenterai, au cours des prochaines minutes, les principaux éléments de ce plan en indiquant la part que le gouvernement peut avoir par le biais de son cadre de politique.

Vous avez déjà beaucoup entendu parler des possibilités que nous ouvrent les nouvelles techniques par la multiplication du nombre de canaux, la capacité d'interaction et la prestation des services véritablement sur demande qu'elles mettent à notre portée. Les nouvelles techniques ne changeront pas seulement le milieu dans lequel les radiotélédiffuseurs privés évoluent, elles modifieront aussi la nature du service qu'ils peuvent assurer. Par exemple, un jour nous pourrons assurer une diffusion individualisée qui, par la fusion de la radiotélédiffusion et de l'informatique pourrait vous offrir l'option d'un seul canal, le vôtre.

Ce que la technique ne changera pas c'est l'attrait des services locaux et nationaux de nature générale pour la masse. Notre défi, en conséquence est le développement d'un cadre de politiques qui encouragera l'emploi de nouvelles techniques, favorisera la concurrence, empêchera la création de nouveaux monopoles, garantira l'accès au système et canalisera les ressources vers la programmation.

[*Traduction*]

This is what we do today. Of course, we have a strategic plan geared to keeping us competitive on the information highway, and making sure we can make a significant contribution in the future. I would like, if I may, to spend the next ten minutes scoping out the key elements of that plan and the important role government can play in setting the public policy framework.

You have already heard a lot from others about what new technologies make possible in terms of increased channel capacity, interactivity, and true on demand services. For private broadcasters, these new technologies will change not only the environment in which we operate, but also the nature of the service we can provide. For example, one day we will be able to provide "profile casting" which, through the marriage of broadcasting and computers, could give you the option of one channel—yours.

What technology will not change is the attractiveness of strong local and national general interest services with wide audience appeal. Our challenge, therefore, is to develop a policy framework to encourage use of new technology; to foster competition but prevent new monopolies; to ensure access to the system; and, to drive resources into programming.

• 1550

It is our conclusion that we will not be able to ensure a Canadian presence on the television screens of our nation through Canadian content, priority carriage, and limiting access to the system alone. We can only do it by having programs that are good enough to be chosen. Programming is the key to the future of Canadian broadcasting, not technology.

The most useful political public policy initiative today would be to aggressively promote a massive increase in the quantity and quality of Canadian programming. To do this, we will have to use all of our existing resources and drive new resources into Canadian production. We can become major suppliers to our home market and the world.

Government policies of the last decade have backed the independent production industry and they have been a great success. Canadian programs have found big audiences at home and are increasingly finding markets abroad. Government policies have at the same time discouraged broadcaster production. Telefilm rules allow funding of television productions only for independent producers. CRTC decisions have backed this up historically by requiring production funds set up as part of benefit packages, also to finance independent production only.

We believe it is time to review and rethink these policies. Not only are they inequitable, now that the CRTC has awarded broadcasting licences to independent producers, but they also limit production at a time when high-quality Canadian product is Canada's key competitive edge.

À notre avis, la distribution prioritaire du contenu canadien et la restriction de l'accès au système ne suffiront pas à garantir une présence canadienne au petit écran, dans les foyers de nos concitoyens. Cette présence ne sera assurée que si nous offrons des émissions qui trouvent la faveur du consommateur. L'avenir de la radiodiffusion canadienne dépend avant tout de la programmation et non de la technologie.

La politique la plus utile que nous puissions adopter aujourd'hui consiste donc à promouvoir énergiquement une augmentation massive du nombre et de la qualité des émissions canadiennes. Or, pour cela, il nous faudra mettre toutes nos ressources actuelles, et en investir de nouvelles, dans la production. Nous pouvons devenir des fournisseurs avec qui compter sur le marché national et mondial.

Les politiques gouvernementales des dix dernières années qui ont appuyé le secteur de la production indépendante ont eu beaucoup de succès. Les émissions canadiennes en résultant ont trouvé un auditoire nombreux au Canada et sont de plus en plus en demande à l'étranger. Toutefois, les politiques du gouvernement ont aussi découragé la production chez les télédiffuseurs. Les règles établies par Téléfilm ne permettent le financement de productions de télévision que si elles sont l'oeuvre de producteurs indépendants. De plus, le CRTC a, dans le passé, appuyé cette tendance en exigeant que les fonds de production établis dans le cadre d'avantages assortis aux licences servent uniquement à financer des productions indépendantes.

Nous croyons que le temps est venu de repenser ces politiques. Non seulement sont-elles injustes, maintenant que des producteurs indépendants se sont vu attribuer des licences de radiodiffusion; mais elles contribuent aussi à limiter la production, au moment même où la prestation de produits canadiens de grande qualité est le principal atout du Canada face à la concurrence.

[*Text*]

The CRTC has taken an important first step with its rules on the new cable finance production fund. At the end of the day we will have to be good enough to be chosen, but we will also have to be there and be available on our own screens. While Canadians must have access to the best from Canada and the rest of the world, we will have failed if video servers in Los Angeles end up providing that access, nor would we be very well served if carriers, cable companies or telcos end up with a monopoly of both carriage and content.

We will have to be imaginative. A key element we believe will be recognizing the role of broadcasters as packagers on the system. We play this role today, scheduling Canadian and foreign programming in packages that Canadians want to watch and that ensures the predominant use of Canadian resources.

Tomorrow we see this role expanding, providing not just one channel but a combination of traditional broadcast, niche–cast and on–demand services in a way that maximizes the exposure of Canadian product, but keeps revenues in the Canadian system regardless of what viewers watch.

Carriers, be they cable companies or telephone companies, will be freed in the future of capacity restraints and be able to provide equal access to Canadian packagers, somewhat analogous to the way equal access is provided to Unitel and other long–distance providers today on the telephone system. Carriers would provide a menu of Canadian packager choices that would provide access to the best programming the world has to offer while avoiding bypass of the Canadian system.

We also have to make sure all players in the system are on an equal competitive footing and make an equivalent contribution to Canadian product. Today, for example, over–the–air broadcasters have no control over their signal and receive no compensation for retransmission by cable companies. This is an area we hope will be addressed in upcoming copyright revisions.

Enfin, comme nous l'avons dit plus tôt, les nouvelles techniques, la numérisation en particulier, changeront le milieu dans lequel nous évoluons. La transition à la télévision à haute définition, en plus d'améliorer la qualité du signal, augmentera la viabilité des télédiffuseurs. Il faudrait que le gouvernement favorise les immobilisations dans ce domaine tout comme il a encouragé la câblodistribution à investir dans ses propres techniques par l'adoption des dispositions relatives aux dépenses d'immobilisation.

Les télédiffuseurs doivent avoir une certaine latitude dans l'emploi des fréquences attribuées pour la télévision à haute définition. Les télédiffuseurs ont la distinction unique d'être des entreprises locales de communication sans fil, les fournisseurs locaux sur l'autoroute de l'information. Nous pourrons jouer un rôle de premier plan pour assurer que l'autoroute soit d'accès universel et ce, à coût abordable.

[*Translation*]

Le CRTC a déjà fait un pas dans cette direction par la réglementation du nouveau fond de production, financé par les câblodistributeurs. Tout compte fait, il nous faudra être suffisamment bon pour être choisi mais ce ne sera pas tout. Il nous faudra aussi être présents et accessibles sur nos propres écrans. Certes, les Canadiens doivent avoir accès aux meilleures réalisations du Canada et d'ailleurs, mais nous aurons échoué si ce sont des distributeurs de Los Angeles qui leur livrent ces réalisations. Nous ne serons pas bien servis non plus, si les distributeurs, fussent–ils des entreprises de câblodistribution ou des compagnies de téléphone, détiennent le monopole du support et du contenu.

Il faudra donc user d'ingéniosité. Sous ce rapport, il importe d'après nous, de reconnaître le rôle des télédiffuseurs canadiens comme «assembleurs» d'émissions. Nous remplissons déjà cette fonction aujourd'hui en constituant des ensembles d'émissions canadiennes et étrangères qui plaisent aux Canadiens et qui garantissent l'usage prépondérant de ressources canadiennes.

Cette fonction sera encore plus importante dans l'avenir: elle débordera le canal unique pour englober la prestation de services de radiodiffusion traditionnels, de service destinés à un auditoire restreint et de services sur demande, selon un agencement qui maximisera la visibilité des produits canadiens et gardera les revenus générés au sein du système canadien, indépendamment de ce que les téléspectateurs regardent.

N'étant plus limités par la capacité de leurs installations, les distributeurs—entreprises de câblodistribution ou compagnies de téléphone—pourront assurer l'accès égal aux assembleurs canadiens, un peu comme cela se fait aujourd'hui dans le domaine de l'interurbain, pour Unitel et ses pairs. La formule de l'accès égal mettrait à la portée du téléspectateur un assortiment d'assembleurs canadiens, offrant les meilleures émissions du monde entier, et éviterait le contournement du système canadien.

Il faudra en outre veiller à ce que tous les éléments du système puissent se livrer concurrence sur un pied d'égalité et apportent une contribution équivalente au contenu canadien. À l'heure actuelle, les télédiffuseurs n'ont aucun contrôle sur leurs signaux et ne sont pas rémunérés pour leur retransmission par les câblodistributeurs. C'est un point sur lequel, nous l'espérons, il faudra se pencher au cours de la révision prochaine de la législation du droit d'auteur.

Lastly, as I said earlier, the new technologies—particularly digital technologies—will change the environment in which we operate. The transition to high definition television will provide a necessary boost to the viability of over the air television, as well as improve signal quality. We will need government policy to encourage capital investment in this area in the same way public policy has supported capital investment by the cable industry in its technology, through the CAPEX provisions.

Broadcasters must have the freedom to use spectrum allocated for high definition television in a flexible manner. Over the air broadcasters have the unique advantage of being wireless and local providers on the information highway. We can play a key role in keeping the highway universal and affordable.

[*Texte*]

La transmission numérique aura aussi une incidence majeure dans le secteur de la radio. À l'ACR, nous nous intéressons activement à la radio numérique depuis que nous avons adopté un plan de relance du secteur, il y a cinq ans, dans le cadre de notre planification stratégique sur le thème *Créons notre avenir*. La qualité sonore qu'assure le numérique nous permettra de concurrencer le disque compact et les autres nouveaux supports de la musique. Le signal numérique est en outre beaucoup plus fiable.

[*Traduction*]

On the radio side, digital transmission will also have a major impact. The CAB has been aggressively pursuing digital radio since we chartered a course back to profitability five years ago with our *taking the lead* strategic planning process. Digital sound quality will make us competitive with CDs and other new sources of music and the signal is much more reliable.

• 1555

Toutefois, le principal attrait du numérique réside dans les possibilités de prestations de nouveaux services et de nouvelles sources de revenu qu'il nous apporte en sus des réductions de frais d'exploitation qu'il permet. Comme vous le savez peut–être, le Canada est à l'avant–garde de la recherche sur la radio numérique et participe au premier plan à l'élaboration d'une norme mondiale à cet égard. Ces réalisations ne sont pas attribuables à la radio privée seulement, elles sont le résultat d'une collaboration étroite avec la Société Radio–Canada, avec les ministères du Patrimoine canadien et de l'Industrie.

The real opportunity, however, lies in the potential for new services and revenues, along with operational cost savings. As you may be aware, Canada has taken world leadership in digital radio standards setting and research. Private radio hasn't achieved this alone: it has been accomplished through close cooperation with the CBC and both Canadian Heritage and Industry.

In March, we co–hosted a hugely successful international symposium on digital radio. At this symposium Minister Dupuy agreed to a policy framework that ensures the continued existence of local radio by making digital a replacement technology and provides existing stations with a priority access to the new spectrum.

En mars, nous avons été les co–hôtes d'un symposium international sur la radio numérique qui a connu un énorme succès. M. Dupuy a convenu à cette occasion d'établir un cadre de politiques qui assurera le maintien de la radio locale, en faisant de la transmission numérique une technique de substitution en accordant la priorité aux stations actuelles pour l'accès aux nouvelles fréquences requises.

Here, too, we will need policies to support capital investment. Government can play a key role by introducing tax incentives to encourage an early transition to digital technology that would also benefit Canadian manufacturing.

Il nous faudra, dans ce contexte aussi, des politiques favorisant l'investissement. Le gouvernement peut aussi jouer un rôle de premier plan par l'introduction d'incitatifs fiscaux qui encouragent une transition rapide vers la diffusion en numérique et favoriseront les manufacturiers canadiens.

Of key importance to your interest in the information highway, the minister recognized that broadcasters should benefit from new sources of revenue through the marketing of their additional data capacity. This is critical. It means we can establish an income stream from new services such as datacasting in order to help finance the expensive transition from analog operations.

Point très important pour votre délibération sur l'autoroute électronique, le ministre a en outre reconnu que les radio–diffuseurs doivent avoir accès à de nouvelles sources de revenu par la mise en marché de leur capacité de transmission de données. C'est là une considération cruciale pour les radio–diffuseurs en place, car elle signifie qu'ils pourront tirer un revenu de la prestation de nouveaux services, comme la diffusion de données, pour aider à financer la transition très coûteuse de l'analogique au numérique.

In the long term, with the interactivity and addressibility afforded by digital radio and new receiver features such as play–back and on–demand buttons, radio will be highly competitive in the emerging multimedia universe. Some day, we see pay audio, specialty channels, travel and map information for automobiles, and services to personal digital assistants all via radio. Radio will continue to play to its greatest strength—portability.

À long terme, l'interactivité et la capacité d'adressage que permet la radio numérique et les fonctions nouvelles—reprise et services sur demande, par exemple—dont s'assortiront les récepteurs numériques permettront à la radio d'être très compétitive dans l'univers multimédias qui se dessine. Un jour, nous verrons s'installer la radio payante, des voies spécialisées, des services d'information touristique et cartographique pour les automobilistes, même des services aux ordinateurs portatifs via la radio. Et la radio continuera à jouir de son plus gros atout—sa portabilité.

Radio's financial situation, however, is precarious. Earlier this month Statistics Canada released figures showing that the private radio industry as a whole lost $50 million last year. That brings cumulative losses for the industry to $150 million for the past four years.

Cependant, la situation financière de la radio est à l'heure actuelle très précaire. Au début du mois, Statistiques Canada a fait paraître des données qui indiquent que la radio privée a perdu 50 millions de dollars l'an dernier. Cela porte à 150 millions de dollars son déficit cumulatif des quatre dernières années.

[*Text*]

Let me briefly tell you about one serious obstacle that could undermine radio's recovery and our development plans. We are fighting a heated battle against new copyright payments called neighbouring rights. The Department of Canadian Heritage is considering this payment, which would go to record producers and performers.

The bottom line is that radio cannot afford any new expenses. Neighbouring rights will kill local radio services in some communities and it could well delay or kill digital radio as few will have the resources to invest in the future of radio. Canada has no international obligations to pay neighbouring rights. Radio airplay provides significant compensation for record companies and artists who sell records, cassettes, CDs, concert tickets, and spin–off products due to radio exposure.

We are strongly urging the government not to introduce neighbouring rights. We can't afford them, and it's bad public policy. Why take from an industry that is losing money to pass it to one that is making money to send most of the money out of the country? A levy on blank tape makes far greater sense and does not undermine a key Canadian cultural industry.

In conclusion, broadcasters believe the way for us to succeed on the information highway is to be good enough to be chosen to provide Canadians with what they want—the best product Canada and the world has to offer plus news and information relevant to their lives and to their local communities. This is what we do today. With our plans, fair rules, and a level playing field, we will continue doing it tomorrow.

Thank you, and we're open to questions.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Thank you, Mr. McCabe.

Monsieur Ménard.

M. Ménard (Hochelaga—Maisonneuve): Merci, madame la présidente.

Je veux me joindre à vous pour souhaiter la bienvenue à nos premiers témoins. J'aimerais leur poser une ou deux questions.

La première a trait à la nouvelle réglementation ou la déréglementation, je ne sais pas quel est le vocable le plus approprié. Cependant, il est certain qu'on a des indices très sérieux qui nous donnent à penser que le ministre de l'Industrie est en train d'élaborer une politique qui permettrait au secteur de la téléphonie de faire concurrence aux câblodistributeurs traditionnels sur le marché de la radiodiffusion.

Cela me pose un problème. Je suis en quête d'une meilleure compréhension de ce que serait pour vous cette concurrence–là. Vous êtes–vous penché sur la question? Que pouvez–vous nous en dire comme impact anticipé pour les radiodiffuseurs conventionnels ou ceux qui sont déjà établis?

[*Translation*]

On annonce par ailleurs une mesure qui risque de compromettre gravement la réussite du plan de relance que j'ai mentionné plus tôt. Nous menons une lutte acharnée contre l'institution de nouveaux droits d'auteur qu'on appelle les droits voisins. Le ministère du Patrimoine canadien envisage en effet de nous imposer des redevances qui seraient versées aux maisons d'enregistrement et aux artistes interprètes.

Or, nous ne pouvons nous permettre aucune autre dépense. Les droits voisins anéantiront la radio locale dans certaines localités et pourraient fort bien retarder, voire empêcher, l'implantation de la radio numérique, car peu de radiodiffuseurs auront alors les moyens d'investir dans l'avenir de leur secteur. Le Canada n'est tenu par aucune entente internationale de verser des droits voisins. Le temps d'antenne consacré par la radio à la présentation d'oeuvres musicales constitue une forme de rémunération importante pour les maisons d'enregistrement et des artistes interprètes, qui vendent en conséquence des microsillons, des cassettes, des disques compacts, des billets de concert et divers produits dérivés.

Nous prions instamment le gouvernement de ne pas établir de droits voisins. Nous n'avons pas les moyens de les payer et cela constituerait une mauvaise politique publique. Pourquoi accabler davantage un secteur déficitaire et donner à un secteur rentable de l'argent qui sera en grande partie exporté? Il serait beaucoup plus logique de percevoir une taxe sur les bandes vierges et cela ne risquerait pas de détruire un important secteur culturel canadien.

En conclusion, de l'avis des radiotélédiffuseurs, la façon de réussir dans le monde de l'autoroute électronique est d'être assez bon pour gagner la faveur du consommateur... d'offrir aux Canadiens ce qu'ils veulent, c'est à dire les meilleurs produits canadiens et étrangers, ainsi que des nouvelles et de l'information pertinentes, pour eux personnellement et pour leurs collectivité locale. C'est ce que nous faisons aujourd'hui et c'est ce que nous continuerons à faire dans l'avenir, grâce à notre plan stratégique et moyennant des règles équitables et une concurrence loyale.

Merci. Nous sommes prêts à répondre à vos questions.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Merci, monsieur McCabe.

Mr. Ménard.

Mr. Ménard (Hochelaga—Maisonneuve): Thank you, Madam Chair.

I also want to welcome our first witnesses. I would like to ask them a couple of questions.

The first one deals with the new regulation or deregulation—I do not know which is the most appropriate word. At any rate, some very obvious signs make us think that the Industry Minister is developing a policy that would enable telephone companies to compete with traditional cable operators in the field of broadcasting.

I have a problem. I would like to better understand what that competition would mean to you. Have you looked at that question? What could be the impact on traditional broadcasters?

[*Texte*] [*Traduction*]

• 1600

Mr. McCabe: If I may answer—and perhaps Peter Miller will join in—quite clearly we have seen that the direction of government policy has been toward more competition. We've lived in a world where we have had to compete with each other and with many others, but our road to the home in most cases has been a monopoly system, the cable system.

So we take a look at what that new universe might look like, and it seems to us that, at this stage, competition may well be inevitable. In other words, the telephone companies may, in one way or another, be in the business of broadcasting.

If that should occur, then we are concerned with a couple of things.

First, we want to ensure that there is access; in other words, that we, as program providers, have fair and equal and open access.

Second, if the telephone companies are in fact to come into the business, then one must recognize their huge size compared with either us or the cable companies. One can't just have competition and assume that it will be fair and open. One has to ensure that the rules of that competition are such that both competitors have an opportunity to compete over the long haul, or we'll end up with a single provider anyway.

One of the key rules, I suppose, is that it's a given that the local telephone business should not subsidize its operations in the broadcasting business. That would be one of the key rules of fair competition.

Finally, I suppose our concern would be that they not be content providers. We believe the system will get inordinately complicated, and very difficult finally, to find some level of fairness in if the people who are carriers, be they the cable industry or the telephone companies, finally are also content providers. The evidence is that it is extraordinarily difficult for a body such as the CRTC to finally ensure that in that situation there is fair access for you, who are an independent provider of content, when you're up against the telephone company–or cable company–owned provider of content. While it can look fair on the outside, it's very difficult to ensure that in fact it is fair.

I think those may be our key concerns. Peter?

M. Peter Miller (directeur juridique, Association canadienne des radiodiffuseurs): Je pourrais peut-être simplement ajouter un point sur la concurrence entre les telcos et les câblodiffuseurs.

Ce qui est le plus important, c'est que les telcos ont exactement les mêmes obligations que les câblodiffuseurs. Cela veut dire en anglais, *simultaneous substitution*. Actuellement, par exemple, le CRTC considère une application de vidéo sur demande présentée par les telcos. Les telcos n'ont pu démontrer qu'elles contribueraient un pourcentage de leurs revenus dans le système.

M. Ménard: Quand vous parlez de système, vous voulez dire une structure?

M. McCabe: Si vous le permettez—Peter Miller voudrait peut-être ajouter quelque chose—il est tout à fait clair que l'objectif de la politique du gouvernement est un élargissement de la concurrence. Nous vivions jusqu'à présent dans un monde où la concurrence se faisait en famille et avec quand même un certain nombre d'étrangers, mais dans la majorité des cas l'accès aux clients était assuré par un monopole, le câble.

Nous nous sommes donc demandés à quoi ressemblerait ce nouvel univers, et pour le moment, il nous semble que la concurrence est pratiquement inévitable. En d'autres termes, il est pratiquement inévitable, sous une forme ou sous une autre, que les compagnies de téléphone entrent dans le champ de la radiodiffusion.

Si tel est le cas, nous aimerions un certain nombre de garanties.

Premièrement, nous voulons une garantie d'accès; en d'autres termes, en tant que fournisseurs d'émissions, nous voulons que l'accès soit juste, égal et non restreint.

Deuxièmement, si les compagnies de téléphone entrent effectivement sur ce marché, il faudra tenir compte de leur énorme poids par rapport au nôtre ou à celui des câblodistributeurs. On ne peut pas instituer la concurrence en espérant que tout se passera correctement. Il faut s'assurer que les règles de cette concurrence soient telles que les deux concurrents aient la possibilité de rivaliser à long terme ou nous nous retrouverons avec un seul fournisseur.

Un des éléments-clé, je suppose, est d'interdire aux compagnies de téléphone de subventionner leurs activités de radiodiffusion avec leurs recettes de téléphone local. C'est indispensable si nous voulons que la concurrence soit égale.

Enfin, nous souhaiterions vivement qu'elles ne soient pas des fournisseurs de contenu. Nous craignons que le système ne devienne excessivement compliqué et qu'en fin de compte il ne devienne très difficile d'y faire respecter un certain degré d'équité si les distributeurs, qu'il s'agisse des câblodistributeurs ou des compagnies de téléphone, sont aussi fournisseurs de programmes. Il devient extrêmement difficile à une instance comme le CRTC de garantir une égalité d'accès aux fournisseurs indépendants face à une compagnie de téléphone ou à un câblodistributeur qui est aussi fournisseur de programmes. En théorie l'égalité d'accès existe, mais dans la pratique, ce n'est pas aussi certain.

Je crois que ce sont les principaux problèmes que nous voyons. Peter?

Mr. Peter Miller (General Counsel, Canadian Association of Broadcasters): I might just add one thing on the competition between telephone companies and cable companies.

What is most important is that the telephone companies have exactly the same obligations as cable companies, what we call "simultaneous substitution". For instance, right now the CRTC is hearing an application by telephone companies on video on demand. The telephone companies have not been able to demonstrate that they would put back a certain percentage of their revenues into the system.

Mr. Ménard: When you say system, you mean structure?

[*Text*]

M. Miller: Quand je parle de système, je parle du système de radiodiffusion canadien. Par exemple, on a des services payants où les gens peuvent visionner des films. Au Canada, je pense que c'est *Super Channel*; ils font une contribution d'un pourcentage de leurs revenus. Nous croyons que les telcos devraient avoir exactement les mêmes obligations.

• 1605

M. Ménard: Plus des ristournes pour la câblodiffusion comme système.

M. Miller: Oui.

M. Ménard: Je ne sais pas quels sont les liens que vous entretenez avec le comité consultatif qui regroupe 29 membres sur l'autoroute de l'information, mais une des préoccupations, je pense, qu'on doit avoir comme législateurs, c'est l'accès que le consommateur aura à cette autoroute de l'information, à ses différents produits, et cela, quelle que soit sa classe sociale, quel que soit le lieu de résidence au Canada, et au Québec, bien sûr.

À la page 4 de votre mémoire, vous dites:

Nous pourrons jouer un rôle de premier plan pour assurer que l'autoroute soit d'accès universel et ce, à coût abordable.

Vous est–il possible de définir quelle pourrait être votre contribution dans l'accès universel de ce produit–là?

M. Miller: Oui. Nous croyons que nous sommes actuellement le réseau d'information électronique. On le pense compte tenu du nombre de Canadiens qui regardent nos émissions de télévision et qui écoutent nos stations de radio. Nous sommes le plus regardé, le plus écouté de tous les systèmes au Canada.

Nous pensons que, dans l'avenir, avec la radio numérique, avec la télévision à haute fidélité, nous pourrons faire beaucoup plus que simplement donner de l'information, donner de la programmation, de la musique. Nous avons un avantage très important. Nos services sont gratuits. Nous sommes partout. Nous sommes «portatif», avec la radio. Donc, nous sommes des fournisseurs de programmation et d'information sur les réseaux de câblodiffusion et nous sommes également notre propre réseau.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Monsieur Solberg.

Mr. Solberg (Medicine Hat): Thank you, Madam Chair, and welcome to all our guests.

I want to touch on the issue of neighbouring rights for a moment. You talked about it briefly. How serious really, in your estimation, is the threat of neighbouring rights to the future of radio? If you have some figures and that type of thing, I'd be interested in hearing them.

Mr. McCabe: Let me start off, and Jane Logan can perhaps join in.

When we talked about the fourth year in a row of losses in the system—the year just completed—this meant that 61% of the private stations lost money. Last year it was about 60%. That's been the case for these four years of losses. So a lot of those stations are stations that have been holding on for some time.

We're trying to work our way to digital, because digital will give us a cost base, given that we can get the capital cost in hand, that will once more, I think, make us economic. But if neighbouring rights in fact end up, as has been suggested to us,

[*Translation*]

Mr. Miller: When I say system, I mean the Canadian broadcasting system. For instance we have pay TV channels that show picture films. In Canada I think it is *Super Channel* and they contribute a percentage of their revenues. We believe that telephone companies should be exactly under the same obligation.

Mr. Ménard: Plus rebate for the use of cable.

Mr. Miller: Yes.

Mr. Ménard: I do not know what is your relationship with the 29 member advisory committee on the information highway, but one of our concerns, I think, as legislators must be the access that the consumer will have to that information highway, to its different products regardless of one's social status and place of residence in Canada and of course in Quebec.

On page 3 of your speaking notes, you say:

We can play a key role in keeping the highway universal and affordable.

Could you tell us what could be your contribution to the universal access to that product?

Mr. Miller: Yes. We believe that we are the electronic information network because of the number of Canadians who watch our TV programs and listen to our radio programs. We are the most watched and the most listened to of all the Canadian systems.

We think that tomorrow with digital radio, with high definition television, we will be in a position to do much more than simply provide information, programming and music. We have a very distinct advantage. Our services are free of charge. We are everywhere. We are "portable" with radio. Therefore, we are content and information providers on the cable networks and we also are on our own network.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Mr. Solberg.

M. Solberg (Medicine Hat): Merci, madame la présidente, et bienvenue à tous nos invités.

J'aimerais revenir un instant sur la question des droits voisins. Vous en avez parlé brièvement. Quel est, à votre avis, la réalité de la menace des droits voisins pour l'avenir de la radio? Si vous avez des chiffres, des statistiques, j'aimerais beaucoup les entendre.

M. McCabe: Permettez–moi de commencer et Jane Logan pourra ajouter quelque chose si elle le souhaite.

Quand nous disons que c'est la quatrième année consécutive—l'année qui vient de se terminer—que nous perdons de l'argent il faut entendre que 61 p. 100 des stations privées ont perdu de l'argent. L'année dernière c'était à peu près 60 p. 100. Cela fait quatre ans que nous perdons de l'argent. Cela veut dire que ces stations résistent déjà depuis un certain temps.

Notre objectif est la numérisation car elle nous donnera un prix de base, à condition de contrôler le coût au capital, elle devrait nous permettre un retour à la rentabilité. Mais si comme certains le prédisent, les droits voisins finissent par doubler

[*Texte*]

merely doubling the amount we now pay in copyright, then there will be stations that will no longer be able to hold on. It's been a tough go for many of them to date. The stations that will be most affected will be those is small towns, and often they're the only source of news, the only place where you can advertise on a daily basis and so on. So to us, it is important. It will be life and death to some stations.

Ms Jane Logan (Vice–President, Radio, Canadian Association of Broadcasters): There are about 288 communities across Canada that have radio stations. About 70% of those have only one radio station, so those are small towns. That gives you a feeling for the number of communities that may eventually be affected. I'm not saying the larger cities are not threatened by this, but they would not lose their only source of local daily news.

[*Traduction*]

notre facture de droit d'auteur, certaines stations ne pourront pas survivre. Elles ont déjà eu du mal jusqu'à maintenant. Les stations qui seront le plus touchées seront celles des petites villes qui souvent sont la seule source de nouvelles, la seule source de publicité quotidienne, etc. Pour nous, c'est important. Pour certaines stations ce sera une question de vie ou de mort.

Mme Jane Logan (vice–présidente du secteur radio, Association canadienne des radiodiffuseurs): Environ 288 collectivités au Canada ont des stations de radio. Environ 70 p. 100 d'entre elles n'ont qu'une seule station de radio et ce sont les petites villes. Cela peut vous donner une idée du nombre de collectivités susceptibles d'être affectées. Je ne dis pas que les villes plus importantes ne sont pas menacées mais elles ne perdraient pas leur seule source de nouvelles locales quotidiennes.

• 1610

Mr. Solberg: I want to switch gears for a moment here. The CAB, of course, is an advocate for private broadcast interests. What future role do you see a public broadcaster like CBC playing? Just to expand the debate a little beyond that, what role do you see the CRTC playing in the future as well, considering all the technological changes coming down the pipe?

Mr. McCabe: To take the question of the CBC first, obviously there is a process just getting under way in the country. I gather it will be before this committee in the fall, perhaps.

You should understand that of our television members, about one–third of them are also CBC affiliates. This creates difficulties for us in thinking about it, because particularly in French Canada they require that program stream; there isn't another program stream available. In English Canada you might be able to find one, but in French Canada it's very difficult.

Our sense is that there has to be a role for the public broadcaster in this country. There are things we cannot afford to do. We cannot afford to service some remote areas of the country. There are high–end productions that tell the story of this country that we can't afford. We can't make money. We do some of these things and we lose money at them. At the end of the day we have to make money at the business.

To think that this country could have no public broadcaster is just not in the cards. But a public broadcaster that is more focused in its mandate would make some sense to us. Our position, as I say, is one in which we're at this point trying to put it together, given these two strains in our life. We hope we have a more flushed–out position when we are before you again.

On the question of the CRTC, again it is certain that regulation and the regulator have in fact preserved and protected a Canadian broadcasting system up until now. We've reached a point, however, where some regulation is becoming counter–productive. Certainly technology will soon end run the CRTC.

I think the Parliament of Canada will continue to want a body that will concern itself with whether we are acting as good corporate citizens, whether there is profanity, violence, etc., on the airwaves. I think there will be a concern for some fairness

M. Solberg: Permettez–moi de changer de sujet. L'ACR, bien entendu, défend les intérêts des radiodiffuseurs privés. Quel rôle voyez–vous pour un radiodiffuseur public comme Radio–Canada dans l'univers de demain? Allons plus loin, quel rôle voyez–vous pour le CRTC face à tous ces changements technologiques?

M. McCabe: En ce qui concerne Radio–Canada, pour commencer, il y a un processus qui vient tout juste de démarrer. Je suppose que votre comité s'y intéressera à l'automne.

Il faut que vous compreniez qu'environ un tiers de nos membres côté télévision sont également affiliés à Radio–Canada. Cela crée des problèmes de logistique surtout au Canada français où ils ont besoin de cette source de programmation; il n'y en a pas d'autres. Au Canada anglais il est possible d'en trouver une autre mais au Canada français c'est très difficile.

Selon nous, le radiodiffuseur public a un rôle à jouer au Canada. Il y a certaines choses que nous ne pouvons pas faire. Nous ne pouvons servir certaines régions éloignées du pays. Nous ne pouvons financer certaines productions de prestige qui racontent l'histoire de notre pays. Ce n'est pas rentable. Nous le faisons parfois mais nous perdons de l'argent. Le but de l'opération c'est quand même de gagner de l'argent.

Imaginer ce pays sans radiodiffuseur public est une vue de l'esprit. Par contre que son mandat soit plus limité et plus précis nous semblerait logique. Nous n'avons pas encore de position vraiment arrêtée, comme je l'ai dit tout à l'heure, compte tenu de ces circonstances. Nous espérons que la prochaine fois que nous reviendrons vous voir nous aurons une position plus précise sur la question.

Pour ce qui est du CRTC, encore une fois il est avéré que c'est cette instance de réglementation qui jusqu'à présent a préservé et protégé le système canadien de radiodiffusion. Cependant, nous sommes arrivés à un point où certains règlements ont des effets négatifs. Le CRTC finira bientôt par être dépassé par la technologie.

Je crois que le Parlement du Canada continuera à vouloir un gendarme des ondes qui nous oblige à agir en bon citoyen, qui contrôle la grossièreté, la violence, etc. sur les ondes. Il aura aussi un souci d'équité que le secteur privé ne peut pas garantir.

[*Text*]

that the market cannot provide. If you're going to run a marketplace in which you have a $20 billion telephone industry against a $2 billion cable industry, somehow you have to make sure that competition is fair.

To think that we can just throw out the CRTC doesn't make an awful lot of sense, but its role should be scaled back to a much lower level of detail. By that I mean they really should be looking at the major policy directions and not involving themselves in the detailed management of our businesses as they often do.

Mr. Graham (Rosedale): If I could just switch gears a bit, Mr. McCabe, you say in your brief that the most useful public policy initiative today would be to aggressively promote a massive increase in the quantity and quality of Canadian programming. I suppose the problem of the information highway is that it brings and makes available to all Canadians, at a very low cost, extensive programming from other places, notably the United States. I suppose you would agree with me that this is the greatest threat or competition to Canadian programming.

Mr. McCabe: That's true.

• 1615

Mr. Graham: I suppose it would be helpful to us if we could understand what specific initiatives you would propose to enable Canada to guarantee a level of Canadian programming, given the competition and cost competitiveness and comparative advantage the United States has in producing programming, and whether, in your studies in considering the type of national measures you would propose to us, you have looked at the European initiatives, for example, the directive that exists there on broadcasting and on European content, the problems that arose in the recent GATT negotiations between France and the United States, and generally how you see this problem being played out in the context of the trade negotiations that are now involving intellectual property.

Perhaps that's enough of a question. There are about six sub–parts to it.

Mr. McCabe: I'll try to deal with some of them. First of all I should give you a measure of the problem, just very briefly, and that is for every dollar we spend on American programming—let's assume I'm talking about drama programming and prime time and not about news and information programming and sports and so on—we estimate we make $1.42. For every dollar we spend on Canadian programming we estimate we make 88¢.

Take our most successful ever Canadian series, *E.N.G.*. It sold in many countries of the world. It was a big success on CTV. It was made for about $850,000 an hour. We, CTV, paid something in the order of $300,000 an hour for it and took in revenue of about $150,000 an hour. Even with our most successful one, we lost money.

The second thing I should add is that there is no doubt that our business future is not in renting American programming and putting it on the air. We have to drive that 88¢ up somehow. That means increasing and improving the quality. You only get quality out of spending money, number one, and doing a lot of it.

[*Translation*]

Si une industrie du téléphone pesant 20 milliards de dollars et une industrie du câble ne pesant que 2 milliards de dollars coexistent sur le marché, il faut que quelqu'un garantisse la loyauté de la concurrence.

Vouloir purement et simplement se débarrasser du CRTC nous semble un peu absurde mais par contre il devrait beaucoup moins s'intéresser aux détails. J'entends par cela s'intéresser aux principales orientations de politique et non pas à la gestion quotidienne de nos activités comme il le fait souvent.

M. Graham (Rosedale): Si vous me permettez de changer un peu de sujet, monsieur McCabe, vous dites dans vos notes que la politique la plus utile que nous pourrions adopter aujourd'hui consisterait à promouvoir énergiquement une augmentation massive du nombre et de la qualité des émissions canadiennes. Le problème de l'autoroute électronique est qu'il met à la disposition de tous les Canadiens, à très bon marché, un grand nombre d'émissions venant d'ailleurs, notamment des États–Unis. Je suppose que vous conviendrez avec moi que c'est la plus grande menace pour les émissions canadiennes, la plus grande concurrence.

M. McCabe: C'est exact.

M. Graham: Cela nous aiderait à savoir quelles idées précises vous avez à proposer pour garantir un certain degré de programmation canadienne, compte tenu de la concurrence et de l'avantage concurrentiel comparatif que possèdent les États–Unis en matière de production. Par ailleurs, j'aimerais savoir si vous avez comparé ces idées aux mesures prises en Europe, par exemple à la directive sur la radiodiffusion et le contenu européen, les problèmes survenus au cours des dernières négociations du GATT entre la France et les États–Unis. J'aimerais aussi savoir, en général, quelle tournure selon vous prendront les négociations commerciales concernant la propriété intellectuelle.

Ça devrait suffire; il y a au moins cinq ou six volets dans ma question.

M. McCabe: Je vais essayer de répondre à certaines de vos questions. Je vais d'abord donner un ordre de grandeur. Pour les dramatiques, les émissions aux heures de grande écoute sauf pour l'information et les sports, nous estimons que pour chaque dollar dépensé pour acheter des émissions américaines, nous touchons 1,42$. Par contre, pour chaque dollar investi dans une émission canadienne, nous touchons environ 88c.

Prenez la série canadienne qui a eu le plus de succès, *E.N.G.* L'émission a été vendue dans beaucoup de pays. Elle a eu beaucoup de succès à CTV. Elle a coûté environ 850 000$ de l'heure. Nous, à CTV, nous y avons investi environ 300 000$ de l'heure et touché des recettes d'environ 150 000$ de l'heure. Pourtant, même avec l'émission qui a eu le plus de succès, nous avons perdu de l'argent.

Deuxièmement, il est certain que, pour nous, l'avenir n'est pas de louer et de mettre en ondes des émissions américaines. Je ne sais trop comment, il faudra augmenter de chiffre de 88c. Pour cela, il faudra améliorer la qualité. Pour avoir de la qualité, il faut dépenser de l'argent, d'abord et avant tout, et beaucoup.

[*Texte*]

Most of the American stuff isn't better than ours, but for the little bit that is, they're big enough that their little bit is huge. Our little bit is one or two programs. We believe it will be worthwhile looking at tax incentives for Canadian programming. I know there are no more public dollars to spend at this. However, it is worth looking at tax incentives to do this because it will be the way there is a Canada on the information highway.

We believe it is worth looking at public bodies and ensuring that the funds they now put only into the independent productions sector, that is Telefilm in particular, go to the whole of the production sector. We believe as well that the cost structure of programming in this country has to be looked at because it has been driven all out of proportion. We are all paying too much for product in this country. It can become sensible again. I think that is a useful area of study.

On the question of the European circumstance, I'm not so very sure that in itself, if in effect they are excluding the Americans and requiring a certain amount of national or European product there... We've done that to some extent in this country, and we've done it about as far as we can do it. I'm not very sure that in our system that experience will work all that well.

Mr. Graham: It seems to me that the logical follow-through from your brief, and your statement that if you're only making 88¢ for $1.20 production cost—

Mr. McCabe: A dollar in production costs produces 88¢ in revenue.

Mr. Graham: —is that we're going to have a very serious deficit problem in a few years.

Mr. McCabe: If we don't drive up the quality of the product to attract the audience, yes.

• 1620

Mr. Graham: What we're learning in other areas, if the free trade deal and NAFTA are to be believed as models, is that the Canadian market in and of itself is not sufficiently large to support production of the type you're suggesting and that therefore your key to success depends upon your achieving a market larger than Canada.

Now, if you're going to get into the global competitiveness game, do you see yourselves as properly equipped? I don't see why not. Secondly, what are the barriers to your penetrating? The film industry tells us that getting into the United States market—in spite of its claiming to be a liberal, free market—is virtually impossible for foreign-made films. Is it equally difficult for foreign-made broadcast films to penetrate the American market or is it a readily accessible market for you?

Mr. McCabe: You've hit on the problem regarding making money in the Canadian television business, which is that we have to own more product. Too much of the Canadian product now on the screen is rented from an independent producer. He makes the money because he sells it in other countries.

[*Traduction*]

La plupart des émissions américaines ne sont pas meilleures que les nôtres, mais pour la petite fraction qui est de meilleure qualité, c'est suffisant et il se trouve que cette fraction est énorme. Notre petite fraction à nous, ce n'est qu'une ou deux émissions. C'est pourquoi nous pensons qu'il serait bon d'examiner des incitations fiscales pour les émissions canadiennes. Je sais qu'il n'y a plus de crédits publics à y affecter. Toutefois, cela vaut la peine d'examiner les stimulants fiscaux parce que c'est ce qui assurera une présence canadienne sur l'autoroute électronique.

Il faudrait examiner l'action des organismes publics pour veiller à ce que les fonds qu'ils investissent aujourd'hui uniquement dans le secteur de productions indépendantes, je pense à Téléfilm en particulier, aillent à tout le secteur de la production. Il faudrait aussi que le barême des coûts de programmation au Canada soit examiné parce que c'est devenu tout à fait hors de proportion. Tous, nous payons beaucoup trop cher pour le produit que nous obtenons ici. Il faut remettre les pieds sur terre. Voilà une question qui mérite d'être examinée.

Pour ce qui est de la situation en Europe, je ne suis pas convaincu que si les Européens excluent les Américains et exigent un pourcentage de contenu national ou européen... C'est ce que nous avons fait dans une certaine mesure ici, et nous sommes allés aussi loin qu'il était possible de le faire. Je ne suis pas certain que chez nous cette formule sera très efficace.

M. Graham: Pour moi, la conclusion logique à tirer de votre mémoire et de votre déclaration selon laquelle vous ne touchez que 88c. pour un coût de production de 1,20$...

M. McCabe: Un dollar investi en production rapport 88c.

M. Graham: ...c'est que vous allez vous retrouver dans une grave situation déficitaire dans quelques années.

M. McCabe: Si nous n'arrivons pas à améliorer la qualité du produit pour attirer les téléspectateurs, oui.

M. Graham: Si l'on tire un enseignement de l'expérience dans d'autres secteurs et si l'on se base sur l'Accord sur le libre-échange et l'ALÉNA, le marché canadien est trop petit pour financer le type de production que vous recommandez. La clé du succès, c'est donc pour vous de trouver un marché plus grand que le marché canadien.

S'il vous faut affronter la concurrence sur le plan international, estimez-vous avoir ce qu'il faut? Moi, je pense que oui. Qu'est-ce qui fait obstacle à cette pénétration? Les cinéastes nous disent que le marché américain, malgré toutes les professions de libéralisme économique, est quasiment impénétrable pour les films étrangers. Est-ce la même chose pour les émissions étrangères ou pouvez-vous facilement avoir accès à ce marché?

M. McCabe: Vous venez de mettre le doigt sur le problème quand on essaie de réaliser des bénéfices dans le secteur de la télévision canadienne: il faut être propriétaire d'une plus grande partie du produit. Un trop grande partie du produit canadien aujourd'hui à l'écran appartient à un réalisateur indépendant qui le loue. C'est lui qui fait des bénéfices parce qu'il vend le produit dans d'autres pays.

[*Text*]

Our sense is that we must now be in a position to be owners of programming so that we may, in fact, get those revenues in other countries. That has to be a central part of our strategy and it's a direction we are now pursuing. The most recent trigger was the CRTC's awarding of specialty service licences to two of the major independent producers—Atlantis and Alliance, so that they are broadcasters too. They should not be the sole beneficiaries of Telefilm funds and of the various funds designated by the CRTC, such as the Maclean Hunter funds and Rogers's for independent production.

Another part of our strategy clearly has to be the full protection of our rights. You can see from the numbers I gave you that American programming subsidizes Canadian programming but at this point we are still not making as much money as we could and should from that American programming because our rights are not fully protected. While there is—and I don't want to get into enormous technical detail—something called simultaneous substitution, American product for which CTV owns the rights in this country can still come in on ABC and take a piece of the audience, which is a piece of the revenue. We want to see that right protected in the Copyright Act, and we'll be pushing to do that. That would increase the revenues from our imported product to help subsidize the other side.

So we have an interlocking strategy, and ownership of more product and fully protecting the rights to our programming are parts of that.

Peter, did you wish to add anything?

Mr. Miller: I was just going to follow up, actually, on what Mr. Ménard and I were talking about.

I think you've correctly put the challenge: how do we avoid building a highway essentially for foreigners? When you read Al Gore's speeches on his concept of an international information highway, you can tell they're going to run right up against our Canadian policies to protect Canadian culture and French policies to do so. So first of all, I think you have the political will to say that culture is different and we will continue to do what we can.

Now, the question is, what can you do? We mentioned earlier that while the Canadian content rules, for example, work very well for traditional broadcast services, they obviously don't make sense for on–demand services.

What makes sense for them? This is where I draw my analogy between what we do for current pay–film services and perhaps tomorrow's on–demand services. If you can make sure that the suppliers of these services are Canadian and that you can capture them under the Broadcasting Act and you say that any supplier of these services to Canadians is a Canadian company, then you can make sure that they return some money to the system.

I keep on talking about this contribution to the system—forgive me for that expression—but what I mean by it is that the CRTC can say that as a condition of licence, 5% of their revenues have to go back into production funds. So you build a

[*Translation*]

Pour nous, il faut que le produit nous appartienne, de manière à obtenir des recettes d'ailleurs. Ce doit être le fondement de notre stratégie, et nous nous sommes engagés dans cette voie. Ce qui nous en a convaincus, c'est l'octroi par le CRTC des licences de services spécialisés à deux grands réalisateurs indépendants, Atlantis et Alliance, ce qui fera aussi d'eux des radiodiffuseurs. Il ne faudrait pas qu'ils soient les seuls à profiter des fonds de Téléfilm et des divers fonds désignés par le CRTC, comme les fonds de Maclean Hunter et de Rogers destinés à la production indépendante.

L'autre volet de notre stratégie, c'est évidemment de protéger nos droits. Vous avez pu voir à partir des chiffres que je vous ai donnés que les émissions américaines financent les émissions canadiennes. Toutefois, actuellement, nos recettes ne sont toujours aussi élevées qu'elles pourraient l'être parce que nos droits ne sont pas protégés comme il faut. Même s'il existe ce que l'on appelle—et je ne veux pas entrer dans les détails techniques—la substitution simultanée, le produit américain dont les droits pour le Canada appartiennent à CTV peut toujours être capté sur ABC et accaparer une partie de l'auditoire et donc des recettes. Nous voulons que ce droit soit protégé par la Loi sur le droit d'auteur et nous allons nous battre pour l'obtenir. Cela ferait augmenter les recettes que nous tirons des émissions importées de manière à subventionner le reste.

Nous avons donc une stratégie en plusieurs volets. Deux de ceux–là sont être propriétaires d'une plus grande partie du produit et mieux protéger les droits sur nos émissions.

Peter, vouliez–vous ajouter autre chose?

M. Miller: De fait, j'allais seulement donner suite à ce dont M. Ménard et moi parlions.

Je pense que vous avez bien formulé le défi auquel nous faisons face: comment éviter de construire une autoroute qui profitera d'abord aux étrangers? Il suffit de lire les discours de Al Gore sur l'autoroute électronique internationale pour voir que cela va directement à l'encontre de la politique canadienne en matière de protection de la culture au Canada et en France. D'abord et avant tout, je pense que vous avez la volonté politique d'affirmer que la culture c'est quelque chose de différent. Quant à nous, nous continuerons de faire ce que nous pouvons.

Mais voilà justement la question: que peut–on faire? Nous avons dit tout à l'heure que même si les règles sur le contenu canadien, par exemple, s'appliquent très bien aux services traditionnels de radiodiffusion, elles n'ont aucun sens pour les services à la carte.

Qu'est–ce qui aurait du sens pour ces services? C'est ici que j'établis l'analogie entre ce que nous faisons actuellement dans le cas des films à péage et les éventuels services à la carte de demain. Si vous pouvez garantir que les fournisseurs de ces services seront des Canadiens et donc assujettis à la Loi sur la radiodiffusion et que tous les fournisseurs de ces services aux Canadiens doivent être des entreprises canadiennes, dans ce cas vous pouvez veiller à ce qu'elles réinjectent une partie de l'argent dans le système.

Je parle continuellement de cette contribution au système—excusez cette expression—mais ce que je veux dire par là c'est que le CRTC peut stipuler comme condition d'octroi de la licence que 5 p. 100 des recettes doivent être versées à des fonds

[*Texte*]

system that becomes self–financing by making sure that whatever Canadians watch, whether it be Canadian programming or American programming, comes through a Canadian packager—that is the term we've used here—and therefore you can make sure the revenues stay in the Canadian system. We think that's another important component of it.

[*Traduction*]

de production. On bâtit donc un système qui se finance lui–même en s'assurant que tout ce que regardent les Canadiens, qu'il s'agisse d'émissions canadiennes ou américaines, passent par un assembleur canadien—c'est le terme consacré—ce qui garantit que les recettes resteront dans le circuit canadien. Cela aussi, je crois est un élément important.

• 1625

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I'd like to follow up on the comment you made regarding the public broadcaster, in your discussion of CBC affiliates. You said you believe we couldn't do without a public broadcaster.

I understand, perhaps, where you're coming from, but I would really like you to clarify that insofar as the possibility of privatization is concerned. That is looming on the horizon, and we have to be fairly realistic when we present options for privatization. In view of what you said, I'd just like you to clarify that for the record.

Mr. McCabe: What I was talking about is that there are tasks in this country that, given the nature of the country, I don't think we can assume will produce a return. You probably can't make money from providing services to the north and to remote areas.

I think it continues to be public policy in this country that we want to provide—

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Just a minute. Apparently there's no translation.

Are there technical problems?

La traduction simultanée fonctionne–t–elle maintenant?

M. Ménard: La technique nous fait défaut, M. Graham.

M. Graham: Est–ce que ça fonctionne maintenant?

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Il faudrait que quelqu'un parle.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Je vais parler.

I'd better speak in English then. Is there translation going on now? No.

Mr. Ménard: It's good practice for my English.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): C'est technique et dans ce cas–là, ce sont les deux. Ce sont les deux qui ne fonctionnent pas?

Mme Tremblay: C'est la traduction simultanée qui ne fonctionne pas.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Elle traduit maintenant.

Mme Tremblay: Elle traduit mais cela ne rentre pas. Sur quel canal?

Mr. Ménard: Do you think it's a rule that bilingualism is not possible in this country?

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Why don't you continue, Mr. McCabe, and we'll see what we can do about the technical difficulties. Maybe you have some suggestions, in fact.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): J'aimerais revenir sur ce que vous avez dit à propos du radiodiffuseur public quand vous avez parlé des stations affiliées. Vous avez dit, que d'après vous, nous ne pouvons pas nous passer d'un radiodiffuseur public.

Je comprends peut–être ce que vous voulez dire, mais j'aimerais que vous précisiez votre pensée, surtout en ce qui concerne une éventuelle privatisation. Cela se profile à l'horizon et il faut être réaliste lorsque l'on parle de l'option de privatisation. J'aimerais que vous précisiez pour les besoins du compte rendu ce que vous voulez dire.

M. McCabe: Je voulais dire qu'il y a dans notre pays des tâches dont nous ne pouvons pas nous charger car, vu la nature du pays, elles ne peuvent être lucratives. Il est sans doute impossible de faire des bénéfices en assurant des services dans le nord et les régions éloignées.

Je pense que la politique canadienne est toujours d'offrir. . .

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Un instant. Il n'y aurait plus d'interprétation.

Y a–t–il des problèmes techniques?

Is simultaneous translation working now?

Mr. Ménard: The system is on the blink, Mr. Graham.

Mr. Graham: Is it working now?

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Somebody will have to speak.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): I will speak.

Mais il vaudrait mieux que je parle en anglais. Avez–vous l'interprétation? Non.

M. Ménard: C'est bien. Ça me permet de pratiquer mon anglais.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Since the problem is technical, both booths are affected. Neither is working?

Mrs. Tremblay: It's the simultaneous translation that is not working.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): She's translating now.

Mrs. Tremblay: She's translating but it does not come in. On what channel?

M. Ménard: Pensez–vous que par définition le bilinguisme n'est pas possible dans notre pays?

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Pourquoi ne continuez–vous pas, monsieur McCabe, et nous verrons ce que l'on peut faire pour régler ces difficultés techniques. Qui sait, peut–être avez–vous des suggestions.

[*Text*]

Mr. McCabe: I was on a point that's very apropos. That is, as long as it is still public policy that we want to provide a French–language service all across this country, I assume that this would be very difficult to make money at. So that becomes a proposition that the public purse might have to undertake.

It seems to me that there are a range of documentary public–information activities that are very expensive and money cannot be made at them. High–end programming—that is, high–cost drama programming—might not be finally profitable in this country, and you might well need a public broadcaster to do that.

However, with product such as that, if, for instance, the CBC was not in the sports business and that was a revenue producer for the private sector, it might be possible to counterbalance these things.

The committee is going to have to address what things cannot be done by the private sector. I've tried to suggest a couple of them.

There are areas in radio. I don't know if money can be made from a classical music service, because private broadcasters have not been able to do that. You might be able to make money if you were able to be national in a digital system, and that's possible. But at this point it's not possible.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Can you just clarify again? You said the committee should probably be looking at these things to make some of the determination in the decisions. I question that. If you're the experts in the industry, then why would the industry itself not be making those kinds of suggestions?

If we look at privatization of the CBC, Petro–Canada is a perfect model here. Petro–Canada was given instruction by government: "We want you people to privatize. Now you go out and do it, and you tell us how best you're going to be able to do it". It was de facto done. They had a time line and it was done.

Why couldn't you do that in this industry, as well?

Mr. McCabe: All I meant by that was that our assumption has been that this committee will have before it in the fall that very question of the CBC's future. These questions should be addressed, and we should be up there at that point making very precise proposals to you on this. We're not, given that we were talking about the information highway, in a position to answer those in a very precise way, but those are good questions that have to get asked. You have to get answers from us and others. It just that we hadn't assumed that this might focus on that.

[*Translation*]

M. McCabe: Je discutais d'une question qui est reliée à cela. En effet, tant que l'État a toujours pour politique d'offrir des services de langue française d'un bout à l'autre du pays, il sera toujours très difficile d'en faire une activité lucrative. C'est donc l'État qui doit s'en charger.

Il y a toute une série d'émissions documentaires et d'information publique qui sont très coûteuses et qui ne rapportent pas. Les émissions de prestige, c'est–à–dire les dramatiques très coûteuses, ne peuvent peut–être pas être lucratives au Canada et il faut probablement un radiodiffuseur public pour s'en charger.

Toutefois, avec un produit comme celui–là, si, par exemple, Radio–Canada ne diffusait pas de sports et si cela était lucratif pour le secteur privé, il pourrait être possible d'équilibrer les choses.

Il faudra que le comité se penche sur les activités dont le secteur privé ne peut pas se charger. Je vous ai donné quelques idées.

C'est la même chose avec la radio. Je ne sais pas si l'on peut faire de l'argent avec un service de musique classique, parce que les radiodiffuseurs privés n'ont pas réussi à le faire. Peut–être serait–ce possible si l'on pouvait avoir un réseau numérique national, ce qui est une possibilité, mais pas aujourd'hui.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Pouvez–vous préciser votre pensée? Vous dites que le comité devrait examiner ces questions pour aboutir à une décision. Je me demande. Les spécialistes, c'est vous, alors pourquoi ne formulez–vous pas ces suggestions?

Si l'on examine la privatisation de Radio–Canada, le modèle idéal, c'est Petro–Canada. Petro–Canada s'est fait dire par le gouvernement: «Privatisez–vous. Faites–le et dites–nous comment vous allez y arriver». Et ça s'est fait. Une échéance a été fixée et ça été fait.

Pourquoi est–ce que ça ne pourrait pas se faire aussi dans votre secteur?

M. McCabe: Tout ce que je voulais dire par là, c'est que nous pensons que le comité sera justement saisi de la question de l'avenir de Radio–Canada à l'automne. Il faudra se pencher sur ces questions et à ce moment–là il faudra que nous soyons prêts à vous faire des propositions précises. Comme il est aujourd'hui question de l'autoroute électronique, nous ne sommes pas en mesure de vous donner des réponses précises. N'empêche, ce sont des questions légitimes qui doivent être posées. Il faudra que vous obteniez des réponses de nous et d'autres. Sauf que nous ne nous attendions pas à ce que la rencontre d'aujourd'hui porte là–dessus.

• 1630

Mrs. Brown (Calgary Southeast): That was my question. I needed that for some work next week.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): I gave you leeway. We will be sitting with the CBC in the fall. You will have another opportunity perhaps to come forward and answer Mrs. Brown's questions.

Next is Roger Gallaway.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): C'est la question que je voulais poser. J'avais besoin d'une réponse pour un travail que je ferai la semaine prochaine.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Je vous ai donné un peu de marge. Nous allons rencontrer Radio–Canada à l'automne. Vous aurez peut–être une autre occasion de répondre à la question de M^me^ Brown.

Je donne maintenant la parole à Roger Gallaway.

[*Texte*]

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): Thank you, Madam Chair.

I have one very brief question regarding neighbouring rights, because we've heard a different perspective from another group who felt differently. Perhaps you would outline why you are opposed to it and what's your opinion—I'll ask a very leading question—with respect to where the money would flow if neighbour rights legislation were included in amendments to the Copyright Act.

I must say, your number of $25 million: I'm told that is $73,000 per private broadcaster in Canada, the loss last year.

Mr. McCabe: I'd like our radio vice-president, Jane Logan, to address that to start.

Ms Logan: We are against neighbouring rights because traditionally radio has been compensating the artists and the record producers. They've been compensating them through the value of free air play, and study after study shows that when a person walks into a record store to buy a CD or a cassette or a record, the reason she gives for making that purchase is that she heard it on the radio. It's no surprise to people in the radio industry because the record companies are giving them free discs. They are very anxious to get on the air. That's what makes stars and that's what makes the whole industry go round.

The value of free air play here has certainly been considered compensation for artists and for record companies. Apart from that, radio does quite a few others things, because the radio station must play Canadian content and the English stations must play 30% Canadian content. The French stations must play 65% French language vocal content, and they usually get their Canadian content up over 50%.

Indeed, the Canadian artists are guaranteed a showcase on radio. Radio stations are now putting—I think the 1994 figure is $26 million—money into what is called Canadian talent development. So apart from the copyright fees paid today, which are $22 million, and free air play, an additional $26 million, of which $11 million is cash and the other is on-air free advertising, is used to promote Canadian artists, to produce demonstrations and first record albums for Canadian artists. It is used for talent searches and all kinds of things that radio stations do, including free advertising. When a Canadian band is playing at a local centre, they will give a free plug to the band, to go down and see this band—it's their first, and here's the warmup act. They'll promote album launches; you can get your record and this is really hot. All of that is done in support of the music industry. We think they get a good deal.

We think this system has worked for a long time. That's quite apart from the fact that radio cannot afford to pay anything. Losing $50 million is very serious. With the losses, you can appreciate how stations are trimming back on staff. If they have to undertake another huge expense, then they'll be forced to close newsrooms, etc., and trim back on staff, and some will close their offices.

[*Traduction*]

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): Merci, madame la présidente.

J'aimerais poser une question très courte concernant les droits voisins parce que nous avons entendu un point de vue différent venant d'un autre groupe. Je voudrais que vous nous expliquiez pourquoi vous êtes contre et—je vais vous poser une question très tendancieuse—où, d'après vous, irait l'argent si les dispositions sur les droits voisins étaient incluses dans la Loi sur le droit d'auteur.

Vous avez parlé d'un chiffre de 25 millions de dollars. On me dit que les pertes, l'année dernière, étaient de 73 000$ par radiodiffuseur privé canadien.

M. McCabe: J'aimerais que notre vice-présidente à la radio, Jane Logan, réponde à la question.

Mme Logan: Nous sommes contre les droits voisins parce que la radio a toujours indemnisé les artistes et les producteurs de disques en leur offrant en effet du temps d'antenne gratuit et toutes les études montrent que celui qui achète un CD, une cassette ou un album le fait parce qu'il l'a entendu à la radio. Ce n'est pas une surprise pour ceux qui travaillent dans la radio puisque les compagnies de disques leur donnent les disques gratuitement. Ils tiennent absolument à ce que cela passe à la radio. C'est ce qui crée les vedettes et c'est ce qui fait tourner toute l'industrie.

Le temps d'antenne gratuit a toujours été considéré comme une indemnité pour les artistes et les compagnies de disques. La radio fait aussi plusieurs autres choses. En effet, la station de radio doit passer des oeuvres canadiennes et les stations anglophones doivent diffuser du contenu canadien à 30 p. 100. Les stations francophones doivent diffuser 65 p. 100 de musique vocale en français, et habituellement le contenu canadien dépasse 50 p. 100.

Autrement dit, les artistes canadiens bénéficient d'un temps d'antenne garanti à la radio. Les stations de radio investissent—26 millions de dollars en 1994, je crois—dans ce qu'on appelle la mise en valeur du talent canadien. C'est donc dire qu'à part les droits d'auteurs versés aujourd'hui, quelque 22 millions de dollars et le temps d'antenne gratuit, soit 26 millions de dollars de plus dont 11 millions en espèces et le reste en publicité gratuite à l'antenne, vont à la promotion d'artistes canadiens pour produire des maquettes d'essai et un premier album. Cela sert à la prospection de nouveaux talents et toutes sortes d'activités radiophoniques, y compris la publicité gratuite. Lorsqu'un groupe se produit dans une boîte, la station lui fait de la réclame gratuite, invite les gens à aller l'entendre. On parlera du groupe et de la vedette américaine. La station fait aussi la promotion des lancements; il y a tout un battage. Voilà tout ce qui est fait pour soutenir l'industrie de la musique. Nous estimons qu'elle y trouve son compte.

Ce système marche depuis longtemps. Et tout cela est bien distinct du fait que la radio ne peut pas payer quoi que ce soit. Perdre 50 millions de dollars, c'est très grave. Avec des pertes pareilles, on comprend pourquoi les stations licencient du personnel. Si elles doivent engager d'autres dépenses considérables, elles devront fermer le service d'information, faire d'autres licenciements et même fermer leurs portes.

[*Text*]

Your second part of the question: where will the money go? What we know about the copyright fees we pay today, which are based on air play, is that today of that $22 million, about 15% goes for administration of the outfit, called SOCAN, that distributes the money. So 15% comes off the top for administration.

[*Translation*]

Vous demandiez aussi où ira l'argent. Ce que nous savons à propos des droits d'auteurs que nous versons aujourd'hui, qui sont calculés sur le temps d'antenne, c'est qu'aujourd'hui sur ces 22 millions de dollars, environ 15 p. 100 vont à l'administration de l'organisme, la SOCAN, qui répartit les droits. C'est donc dire qu'au départ 15 p. 100 de l'argent va à l'administration.

• 1635

When you look at the funds that are actually distributed, today 60% are leaving the country. That's why we say that under neighbouring rights, 60% of the new payments would leave the country as well.

D'après la répartition actuelle des fonds, 60 p. 100 quittent le pays. C'est pourquoi nous disons que 60 p. 100 des droits voisins iraient aussi à l'étranger.

Mr. Gallaway: I assume—and that isn't to say it's correct—that in the business of media during the past five years your advertising revenues have plummeted along with those of other related media, such as newspapers and magazines. Is that correct? Have your kinds of losses or your kinds of reductions in revenues paralleled those of other media?

M. Gallaway: Je pense—ça ne veut pas dire que j'ai raison—que dans le secteur des médias, depuis cinq ans, les recettes publicitaires ont chuté comme cela s'est produit dans les journaux et les magazines. J'ai raison? Avez–vous subi des pertes et des baisses de revenus semblables aux autres médias?

Ms Logan: Yes. Last year alone, as other sectors were beginning to recover, radio's revenues dropped 3.6%.

Mme Logan: Oui. Rien que l'année dernière, au moment où les autres secteurs commençaient à se remettre d'aplomb, les recettes de la radio ont baissé de 3,6 p. 100.

Mr. Gallaway: In your opinion, what's the explanation for radio's harder times?

M. Gallaway: D'après vous, à quoi faut–il attribuer les difficultés de la radio?

Ms Logan: A number of things drive radio's lack of profitability. I'll give you three reasons.

Mme Logan: Un certain nombre de facteurs déterminent la rentabilité de la radio. Je vais vous en donner trois.

The first one is that there are a lot more competitors, and we've seen a lot of new specialty channels come on board. More were announced last week, for example. So in the past five years you've seen a lot more competitors for the media advertising dollar: new television stations, new specialty stations, etc.

D'abord, il y a beaucoup plus de concurrents, et beaucoup de nouveaux canaux spécialisés ont vu le jour. La semaine dernière encore, on en a annoncé d'autres. C'est donc dire que depuis cinq ans, on se dispute beaucoup plus le budget de la publicité dans les médias: il y a plus de stations de télévision, plus de stations spécialisées, etc.

The second thing is that the way in which people are spending their marketing budgets is changing. If you take a company such as Coke, for example, we're in a very price–conscious world and they might make a decision that they are going to lower their price at the retail level because they know that this will get the product off the shelf. They do less advertising, because of course they want to retain their same profitability. What you're seeing is a shift in the way people are spending their marketing dollars.

Deuxièmement, les compagnies dépensent leurs budgets de marketing différemment. Prenons le cas d'une compagnie comme Coke. Aujourd'hui, on regarde beaucoup plus à la dépense et la compagnie pourra décider de baisser le prix de détail parce qu'elle sait que cela fera écouler le produit. La compagnie fait moins de publicité parce qu'évidemment elle veut conserver la même marge bénéficiaire. Autrement dit, les gens dépensent différemment leur budget de commercialisation.

The third thing you're seeing is a structural change in the retail industry. What you need to understand is that radio is quite tied to the fortunes of the retail industry, because radio gets 75% of its revenue at the local level. Through the recession, a lot of small independent retailers that relied on radio went out of business.

Troisièmement, il y a un changement structurel dans le secteur de la vente au détail. Il faut savoir que la radio dépend beaucoup de l'activité des détaillants parce que 75 p. 100 des recettes viennent des marchands locaux. Pendant la récession, beaucoup de petits détaillants indépendants qui alimentaient la radio ont fait faillite.

To some extent they've been replaced by large national chain stores. Some of these chain stores—the Price Club, for example—do no advertising at all. Some of them do media buys coordinated from a national headquarters. The statistics we've seen on Wal–Mart, for example, as it prepares to come into Canada, are that Wal–Mart sells many more goods per square foot than the average small retailer but will spend far less on radio advertising per square foot. So in fact there's less money in the system for radio.

Dans une certaine mesure, ils ont été remplacés par les grandes chaînes nationales. Mais certaines de ces chaînes, le Club Price, par exemple, ne fait aucune publicité. Certaines d'entre elles font de l'achat de médias à partir du siège national. Les chiffres que j'ai vus à propos de Wall–Mart, par exemple, à la veille de son entrée au Canada, montrent que ce magasin vend plus de produits au pied carré que le petit détaillant moyen mais consacre beaucoup moins d'argent à la publicité à la radio au pied carré. C'est donc dire qu'il y a moins d'argent dans le système pour la radio.

[*Texte*]

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Thank you very much, Ms Logan. I'd like to thank all our witnesses. That will be our last question, because other witnesses have been waiting.

Mr. McCabe: Thank you very much.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Have a good day.

• 1638

[*Traduction*]

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Merci beaucoup, madame Logan. J'aimerais remercier tous les témoins. Ce sera la dernière question, parce que d'autres témoins attendent.

M. McCabe: Merci beaucoup.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Bonne journée.

• 1641

La vice–présidente (Mme Bakopanos): On pourrait commencer car nous sommes déjà en retard d'une demi–heure.

Can we start, please.

La traduction fonctionne–t–elle maintenant?

Would everybody please take their seats so that we can begin.

Are the translations working at the moment?

Mr. Ménard: *Oui.* Would you like to sing?

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Yes, I would like to sing. How about in Greek, Mr. Ménard, *Never On Sunday*?

Before we begin with our witnesses, I would like to apologize because we're running a little late today. We're going to have to do a little detour again, so you'll have to be a little more patient with us. Mr. Gallaway has asked for the floor. I think everybody received a copy of the motion.

Mr. Gallaway: I presented two motions. I don't want to belabour all of this. We have heard from a number of the large corporations and the large interest groups with respect to the information highway. I'm simply proposing that two groups, ACTRA and the Canadian Independent Record Production Association be given the opportunity to appear before the committee.

You will perhaps recall also that when the minister's advisory group on the information highway was put together, one of the criticisms was that it didn't represent small business or the artistic community. So I'm putting this forward to give these people an opportunity to come forward and appear before us at some point, probably in September.

Some hon. members: Agreed.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Je voudrais souhaiter la bienvenue à nos deux prochains témoins. Ce sont messieurs Jean–Guy Rens et François–Pierre Le Scouarnec.

Nous allons commencer avec M. Rens. Monsieur Rens, vous pouvez commencer.

M. Jean–Guy Rens (membre, Réseau de veille sur l'information et la communication): Mesdames et messieurs, bonjour. Nous sommes très honorés de prendre la parole devant le Comité permanent du patrimoine canadien, dans le cadre de son étude sur la convergence des technologies et de la culture.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): I guess we could start because we are already half an hour late.

Pourrait–on commencer.

Is the translation system working now?

J'invite tout le monde à prendre sa place pour que nous puissions commencer.

Les cabines de traduction fonctionnent–elles?

M. Ménard: Oui. Voulez–vous chanter?

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Oui, j'aimerais chanter. Que diriez–vous si je chantais en grec, M. Ménard, *Never On Sunday*?

Avant d'entendre les témoins, je voudrais leur présenter nos excuses parce que nous sommes un peu en retard. Il faudra encore une fois faire une petite digression; je vous demande donc d'être patients. M. Gallaway a demandé la parole. Tout le monde a reçu copie de la motion, je crois.

M. Gallaway: J'ai présenté deux motions. Je ne veux pas m'étendre là–dessus. Nous avons entendu un certain nombre de grandes entreprises et de groupes d'intérêt importants concernant l'autoroute électronique. Je propose seulement que deux groupes, l'ACTRA et la Canadian Independent Record Production Association aient l'occasion de comparaître devant le comité.

Vous vous souvenez peut–être aussi sans doute que lorsque le groupe consultatif du ministre sur l'autoroute électronique a été constitué, on a dit qu'il ne représentait ni la petite entreprise ni les artistes. Je fais cette proposition pour leur donner la possibilité de comparaître à un moment donné, en septembre j'imagine.

Des voix: Adopté.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): I would like to welcome the next two witnesses, Mr. Jean–Guy Rens and Mr. François–Pierre le Scouarnec.

We will start with Mr. Rens. Mr. Rens, you may begin.

Mr. Jean–Guy Rens (Member, Réseau de veille sur l'information et la communication): Good afternoon, ladies and gentlemen. We consider it an honour to appear before the Standing Committee on Canadian heritage as part of its review on converging technologies and culture.

[*Text*]

François–Pierre le Scouarnec et moi–même représentons ici un groupe de réflexion Montréalais, qui réunit des représentants de l'entreprise privée, de l'université et du gouvernement.

• 1645

Comme vous pouvez l'imaginer, depuis un an au moins, la question de l'autoroute de l'information est au centre de nos activités. Aujourd'hui, nous allons partager avec vous certaines de nos pistes de réflexion et nos interrogations.

On devrait peut–être se présenter. Je suis un consultant en télécommunication. J'ai travaillé quelques années avec Bell Canada et je suis aussi l'auteur d'un livre sur les télécommunications intitulé *L'Empire invisible*, qui est un historique des télécommunications au Canada. François–Pierre le Scouarnec, je le laisse se présenter.

M. François–Pierre le Scouarnec (professeur de gestion, École nationale de l'administration publique): Bonjour. Pour ma part, je suis professeur de gestion à l'École nationale de l'administration publique et, auparavant, j'ai été directeur général de l'Association des câblodistributeurs du Québec. Avant cela, j'étais en radiodiffusion. Donc, c'est à titre de membre d'un groupe de réflexion que nous venons ici aujourd'hui.

M. Rens: Je vais commencer par parler un peu du contexte technologique de l'autoroute de l'information.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Je m'excuse. On a reçu votre texte écrit. Compte tenu du temps, plusieurs membres sont venus me voir pour me dire qu'ils voulaient terminer à 17h15, si je comprends bien, ou au plus tard, à 17h30.

M. Ménard: Toute ma clémence vous est acquise.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): D'accord.

M. Rens: On ne va pas abuser de votre temps parce qu'on vous à remis un texte que nous n'avons pas l'intention de lire intégralement.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): C'est ce que je voulais savoir, car il s'agit de 13 pages.

M. Rens: Ne vous inquiétez pas.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Je veux m'assurer qu'on va avoir le temps de poser des questions.

M. Rens: Absolument, vous avez raison. On va juste parler des points principaux et le texte écrit, on le dépose comme mémoire, si vous voulez.

En premier lieu on voulait définir un tout petit peu le concept d'autoroute de l'information selon notre approche, parce que ce concept est un concept que nous manions nous–mêmes avec beaucoup de précautions.

À l'origine, l'expression autoroute de l'information a été créée par Al Gore alors qu'il était sénateur, et surtout, elle a été reprise pendant la campagne électorale de 1989, à la présidence des États–Unis. Donc, c'est un concept qui est géographiquement situé et historiquement daté. Dans la pratique, nous considérons qu'il faut parler plutôt d'un concept évolutif et pas d'une entité qui existe une fois pour toute. Un concept évolutif qui a commencé à entrer en application. Donc, je dirais qu'il y a déjà des autoroutes de l'information au Canada et dans le monde, d'ailleurs.

[*Translation*]

François–Pierre le Scouarnec and myself are here as representatives of a Montreal think tank made from the private sector, academia and government.

As you can imagine, the information highway has been at the centre of our activities for at least a year now. Today, we will share with you some of our thoughts on the subject and some of the questions that have arisen.

Perhaps we should introduce ourselves. I'm a telecommunications consultant. I worked for Bell Canada for a few years and I also wrote a book on telecommunications entitled *L'Empire invisible*, a history of telecommunications in Canada. I will let François–Pierre le Scouarnec introduce himself.

Mr. François–Pierre le Scouarnec (Professor of Management, École nationale de l'administration publique): Good day. I'm a professor of management at the École nationale de l'administration publique and previously I was director general of the Association des câblodistributeurs du Québec. Prior to that, I worked in broadcasting. So we are here before you today as members of a group that has been giving a great deal of thought to this subject.

Mr. Rens: I will start by saying something about the technological context of the information highway.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Excuse me. We received your written text. Given the time, several members came to see me to tell me that they would like to finish at 5:15 p.m., if I understood them correctly, or 5:30 p.m. at the latest.

Mr. Ménard: I'm eternally grateful!

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Alright.

Mr. Rens: We will not take up too much of your time because we have provided you with a written brief that we do not intend to read in full.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): That's what I wanted to know, because it is 13 pages long.

Mr. Rens: Don't worry.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): I just want to make sure that we'll have enough time to ask questions.

Mr. Rens: Absolutely, you're quite right. We will just discuss the main points and we will table the written text as a brief, if you wish.

First of all, we wanted to provide a brief definition of the concept of information highway according to our approach, because this is a concept that we ourselves handle with care.

The original expression information highway was coined by Al Gore when he was a senator, and it was picked up during the 1989 presidential election campaign in the United States. So it's a concept with a specific geography and historical starting point. In practice, we feel it's best to refer to an evolving concept and not an entity that exists once and for all. It's an evolving concept whose application has already started. So I would say that there are already information highways in Canada and around the world, as a matter of fact.

[*Texte*]

Quand les compagnies de téléphone ont créé un lien en fibre optique entre Halifax et Vancouver, en 1990, c'est une autoroute de l'information. Quand on a mis le satellite Anik E dans l'espace, c'est aussi une autoroute de l'information. Quand Téléglobe met un câble transatlantique en fibre optique, qui va être inauguré d'ici quelques jours entre en la Nouvelle–Écosse et l'Europe du nord, c'est une autoroute de l'information. Donc, il y en a de plus en plus. Les compagnies privées le font et le font assez bien, donc il n'y a pas tellement besoin d'en construire.

Aujourd'hui, ce qui fait problème, ce qui est un enjeu, c'est l'accès à ces autoroutes. Ces autoroutes existent, mais il n'y a au Canada, pour l'instant, qu'environ 300 organisations nationales et surtout multinationales qui ont accès à ces autoroutes de l'information par le biais de réseaux privés qu'ils ont construits de façon à se relier entre elles, avec leurs succursales, avec leurs filiales, avec leurs fournisseurs et même avec, parfois, leurs grands clients, pour les fidéliser. Donc, on comprend pourquoi on a créé ces accès, ces réseaux privés. On les a créés pour augmenter la productivité et dans les milieux où cela a été implanté, on a vu des gains de productivité spectaculaires.

Ces réseaux privés, qui sont des accès aux autoroutes de l'information, se sont créés dans le plus grand secret, pas parce qu'ils l'ont caché, mais parce qu'au fond, les gens ne s'y sont pas intéressés. À tel point qu'ils échappent complètement à la législation et à la réglementation nationale.

Téléglobe, par exemple, a reçu un monopole sur les télécommunications outre–mer, qui est valable jusqu'en 1997. Or, dans la pratique, on sait que les réseaux privés sont gérés depuis les centres de télécommunications. Quand le réseau privé appartient à une multinationale, le centre de télécommunications se trouve aux États–Unis, achemine les appels directement depuis le Canada jusqu'aux États–Unis, les redirige vers le reste du monde, courcircuitant ainsi complètement le réseau de Téléglobe.

Donc, nous le voyons, ces réseaux privés échappent à tout pouvoir. Il y a aussi, on s'en aperçoit tout de suite, des exclus à ce qui existe à l'heure actuelle. Aujourd'hui, nous vivons dans une ère de très grande inégalité d'accès à l'information dans laquelle seules 300 grandes entreprises ont un accès illimité aux autoroutes de l'information. Sont exlcus les PME et les services publics. Le défi, aujourd'hui, c'est de construire des bretelles d'accès à l'autoroute de l'information et non pas de construire des autoroutes de l'information, lesquelles existent déjà.

• 1650

Il y a un enjeu qui se dévoile tout de suite. Qui va construire ces bretelles? Le câble ou le téléphone, sans compter peut–être des intervenants, des franc–tireurs, qui pourraient être le satellite ou même l'industrie cellulaire.

Pour notre part, nous prévoyons qu'il ne faudra pas forcément choisir entre le câble et le téléphone. Ce sera peut–être des réseaux, des systèmes hybrides reliant principalement des serveurs d'information vidéo, ou de réseaux, celui du téléphone et celui du câble. Ce serait une solution mixte. Je laisserai la parole à François–Pierre Le Scouarnec qui va nous parler plus précisément des impacts de l'autoroute sur la culture.

[*Traduction*]

When the telephone companies created a fibre optic link between Halifax and Vancouver in 1990, that was an information highway. When the Anik E satellite was placed in space, that was also an information highway. When Teleglobe installs a fibre optic transatlantic cable that will be inaugurated in a few days between Nova Scotia and northern Europe, that is an information highway. So there are more and more of them. Private companies do this and do it quite well, so there is no real need to build any.

The problem that arises today and what is actually at stake is access to these highways. The highways exist, but at the moment in Canada, only about 300 national and especially multi–national organizations have access to these information highways through private networks that they built so as to create links between themselves, with their branches, their subsidiaries, their suppliers, and even sometimes with their major clients in order to establish loyalty. So we can understand why this access, these private networks were created. They were created to increase productivity and wherever they've been implemented, there has been a spectacular increase in productivity.

These private networks, which are access roads to information highways were created in the greatest secrecy, not because this was deliberately hidden, but because basically, people weren't that interested. This is true to such an extent that they are completely ignored in national legislation and regulation.

For example, Teleglobe has obtained a monopoly on overseas telecommunications that is valid until 1997. However in practice, we know that private networks are managed from telecommunication centres. When the private network belongs to a multinational, the telecommunications centre which is in the United States, routes calls directly from Canada to the United States, redirects them toward the rest of the world, thus completely short–circuiting the Teleglobe network.

So as we can see, these private networks are beyond any power or control. It is also immediately apparent that some are excluded from what exists at this time. Today, we live in an era of very great inequality in access to information, an era in which only 300 major corporations have unlimited access to information highways. Small and medium–sized business and the public sector are excluded. The challenge today is to build access ramps to the information highway and not build the highways themselves, as they already exist.

One problem is immediately apparent. Who will build these access ramps? Cable or telephone companies, not to mention other players, independents, such as satellites or even the cellular phone industry.

We anticipate that it won't be strictly necessary to choose between cable and telephone. There may be networks, hybrid systems that link mainly video information servers or networks, the telephone network and the cable network. That would be a mixed solution. I will let François–Pierre le Scouarnec talk to you more specifically about the impact of the highway on culture.

[*Text*]

M. le Scouarnec: Nous avons dit que le fond du débat porte sur les impacts économiques, sociaux et culturels que va susciter l'autoroute, particulièrement auprès des PME et du grand public.

On sait, d'une part, que l'autoroute de l'information permettra de contourner tout intermédiaire qui n'offre aucune valeur ajoutée à un produit ou à un service. On peut penser à un marché boursier informatisé, à la télémédecine, l'éducation à distance, qui vont créer des opportunités d'affaires très intéressantes. D'autre part, le réseau deviendra également un centre de pouvoir aussi important que la Bourse de New York, les centres de recherches de la Californie ou les studios d'Hollywood, puisque tout le monde est branché.

De fait, la capacité des opérateurs d'exercer un contrôle social et politique majeur devra faire l'objet d'un encadrement législatif. Le télémagasinage et le télétravail auront des effets structurants sur l'activité économique. Plusieurs détaillants devront fermer boutique, d'autres devront tenir magasin sur le réseau. Les travailleurs seront isolés. D'autre part, cette dislocation sociale qui est possible ne sera évitée qu'au prix d'une réorganisation importante des moyens de communication et de socialisation des citoyens et des travailleurs.

Quant à ceux et celles qui ne seront pas aptes à utiliser l'autoroute de l'information, faute de moyens économiques ou d'habilité sur les terminaux, formeront une classe de citoyens peu intégrés au marché de l'emploi et à l'économie de demain. Donc, il y a quelques questions qui ressortent.

D'une part, quelle sera la culture dominante des réseaux? La place du français sera–t–elle accessoire? Déjà, sur Internet, les statistiques confirment la prédominance de l'anglais. Les contenus seront–ils déterminés par une poignée d'entreprises qui opèrent des réseaux ou par chacun des utilisateurs?

Quelle sera la place faite à l'expression des diverses minorités? L'autoroute de l'information sera–t–elle un lieu de création et d'élargissement de la personne ou glissera–t–elle dans l'affadissement général des menus préprogrammés?

L'exploitation de l'autoroute de l'information aura des impacts importants sur le monde du travail, la culture et le développement social. Elle sera financée, alimentée en contenu et utilisée par plusieurs groupes aux besoins divers, et sa mise en oeuvre est porteuse de valeurs et de choix idéologiques, culturels et sociaux.

Nous tenons à souligner qu'il n'y a pas vraiment de mains invisibles dans le cas de l'autoroute. De fait, il y a trois problématiques fondamentales et interdépendantes qui régissent cette autoroute, ce sont l'accès, le contrôle et le contenu.

L'accès est limité, d'une part, par le coût et, d'autre part, par le niveau de connaissances requis pour utiliser l'autoroute. Bien sûr, on peut aborder chacune de ces dimensions et d'autre part la planification technologique actuelle des infrastructures va à l'encontre d'un flot égal d'information.

À ce propos, la métaphore de l'autoroute est sans doute fausse puisque la bouche de l'entonnoir est plus large du côté des radiodiffuseurs que de celle des abonnés ou des usagers, tel qu'on le voit actuellement dans le système. Par exemple,

[*Translation*]

Mr. le Scouarnec: We've said that the substance of the debate is about the economic, social and cultural impact of the highway, particularly the impact on small and medium–sized business and the general public.

On the one hand, we know that the information highway will allow us to bypass any intermediary who does not offer any added value to a product or service. What comes to mind are for instance the computerized stock market, telemedicine, and distance education which will create very interesting business opportunities. On the other hand the network will also become a powerful focus as important as the New York Stock Exchange, the California research centres or the Hollywood studios, since everyone will be plugged in.

In fact, the operators' ability to exercise major social and political control will have to be subjected to a legislative framework. Home shopping and telecommuting will have restructuring effects on economic activity. Many retailers will have to close down and others will have to open shop on the network. Workers will be isolated. This potential social dislocation can only be avoided through a major reorganization of the communications and socialization means of citizens and workers.

Those who are unable to use the information highway because of lack of money or availability to use terminals will form a class of citizens that are not very well integrated in the labour market and the economy of the future. So some questions arise.

On the one hand, what will be the dominant culture on these networks? Will the use of French be a secondary consideration? Statistics already confirm the predominance of English on Internet. Will the content be determined by a handful of companies who operate networks or by each user?

What space will be made available for the expression of various minorities? Will the information highway be a place for creativity and broadening the horizon of the individual or will it sink into a dull grey mass of pre–programmed menus?

The operation of the information highway will have major impacts on the world of work, culture and social development. It will be funded, provided with content and used by many groups with diverse needs, and its implementation carries ideological, cultural and social values and choices.

We want to emphasize that there is not really any invisible hand in the whole issue of the information highway. In fact, there are three fundamental and interdependent problems that govern this highway, namely, access, control and content.

Access is limited by cost on the one hand, and by the level of knowledge required to operate the highway on the other. Each of these dimensions can be examined separately of course, and current technological planning of infrastructures goes against an even flow of information.

Incidentally, the highway metaphor is undoubtedly a false one, because the mouth of the funnel is wider on the broadcasting side than on that of the subscribers or users as we can see in the current system. For instance, many interactive

[*Texte*]

plusieurs systèmes de télévision interactive sont fondés sur un retour d'information par téléphone. Donc, l'autoroute est appelée à changer ces limites d'ordre technologique et économique. Cependant, les conditions d'accès viendront peut-être freiner l'égalité sur l'autoroute.

Par exemple, rien ne transpire quant aux politiques d'entreprises. Si, par exemple, un compétiteur de la Banque nationale sur UBI désire également faire de la «monnaietique», y aura-t-il discrimination entre les usagers ou, comme pour le téléphone, y aura-t-il obligation d'abolir toutes règles ou pratiques commerciales qui limitent l'offre de service? L'autoroute favorisera-t-elle les consommateurs et les citoyens ou les exploitants de marché relativement organisés? Enfin, qui est le plus habilité à déterminer les besoins des usagers?

De façon plus fondamentale, il tient dans l'intérêt public de laisser le contrôle de l'exploitation de l'infrastructure de l'autoroute et des services qui s'y trouvent au même propriétaire. Pour nous, le contenu de l'autoroute est tributaire de son contrôle et si, suivant le modèle Internet, chacun des usagers peut mettre à la disposition du plus grand nombre, à l'échelle internationale, le contenu d'une production, les contenus accessibles seront pratiquement illimités.

[*Traduction*]

television systems are based on information and returned by telephone. Thus, the information highway is bound to change technological and economic limits. However, conditions for access may halt equality on the highway.

For example, nothing is transpiring with regard to company policies. If, for instance, a competitor of the National Bank on UBI also wants to do electronic banking, will there be discrimination between users or, as is the case for the telephone, will it be necessary to abolish all regulations or trade practices that limit the offer of service? Will the highway work to the advantage of consumers and citizens or for the relatively well-organized market operators? Lastly, who is best able to determine the needs of users?

More basically, it is in the public interest to leave control of the operation of the highway infrastructure and the services that can be found there up to the same owner. We feel that the content of the highway is reliant upon its control and if like the Internet model each user can put the content of production at the disposal of the greatest number of users on an international scale, accessible content will be practically unlimited.

• 1655

Cette approche permettra un libre échange des cultures et offrira à plusieurs créateurs canadiens d'accéder à des marchers étrangers. Par contre, il est à prévoir que les secteurs les plus vulnérables de notre industrie culturelle pourraient en pâtir à moins d'être fortement subventionnés.

Le cadre d'exploitation de l'autoroute peut favoriser l'expression de tous les citoyens, y compris les minorités. Cependant, la canadianisation de l'autoroute de l'information, par des moyens protectionnistes, est tout aussi impossible que de canadianiser les appels téléphoniques. Le secteur des arts et de la culture devra considérer les avantages et occasions offerts par l'autoroute plutôt que d'envisager un repli inutile et improductif.

M. Rens: Il y a aussi des impacts sociaux, des impacts sur l'emploi. Depuis une vingtaine d'années, les technologies de l'information, quand elles ont été introduites massivement dans le monde de l'industrie, c'était évidemment pour faire des économies. Qui parle d'économie, parle principalement de réduire la main d'oeuvre nécessaire pour produire de la richesse. On est très conscient, aujourd'hui, de l'augmentation tenancielle du taux de chômage. On parle de 10, 11, 12 p. 100 de chômeurs. Lorsque je parle du genre de personnel exclu du marché du travail, je ne parle pas seulement de ces 11 ou 12 p. 100, il faut penser aussi aux assistés sociaux.

Quand on sait que la plupart sont aptes au travail, mais ne peuvent pas travailler, cela nous fait quasiment doubler le taux. Quand on se promène dans une rue à Montréal ou à Toronto, il y a une personne sur quatre qui ne travaillent pas et cela ne tient même pas compte des emplois à temps partiel, des emplois précaires. Donc, il y a ce premier impact des technologies de l'information.

D'un autre côté, ces technologies de l'information créent aussi des emplois. Il y a une étude qui a paru, à Toronto, l'année dernière, faite par la firme Nuala Beck & Associates, qui montre que 90 p. 100 des emplois créés au Canada au cours

This approach will allow a free exchange of cultures and will provide many Canadian creators with access to foreign markets. However, we anticipate that the most vulnerable sectors of our cultural industry could suffer unless they are heavily subsidized.

The framework for the operation of the highway could promote expression by all citizens, including minorities. However, the canadianization of the information highway through protectionist measures is virtually as impossible as canadianizing telephone calls. The arts and culture industry will have to consider the advantages and opportunities offered by the highway rather than close in on itself in a pointless and unproductive manner.

Mr. Rens: There will also be a social impact, an impact on employment. For the past 20 years or so, when information technologies were introduced massively in industry, the point was to save money. When you talk about saving money, you're talking mainly about reducing the labour necessary to produce wealth. These days, we are quite aware of the trend toward high unemployment. We're talking about 10, 11 or 12% unemployment. When I talk about the kind of people who will be excluded from the labour force, I'm not talking only about these 11 or 12% unemployed, you also have to think about welfare recipients.

When you know that most of them are able to work but unable to find jobs, you have to almost double the rate. When you walk in the streets of Montreal or Toronto, you know that one person in four is not working and that doesn't even take into account part-time work and precarious employment. Therefore, there's that initial impact of information technologies.

And yet, these information technologies also create employment. Last year, a study conducted by Nuala Beck & Associates showed that 90% of jobs created in Canada in the past seven years were created in the information technology

[*Text*]

des sept dernières années l'ont été dans le secteur de la technologie de l'information. Donc, 90 p. 100, d'après cette étude. Le résultat, c'est que le nombre d'emplois créés est inférieur aux emplois disparus, car on calcule qu'environ 300 000 personnes sont occupées aujourd'hui, au Canada, dans le secteur des industries de l'information; 300 000, c'est un volume nettement insuffisant, même s'il croît rapidement, pour absorber, éponger les pertes de tous les autres secteurs qui perdent des emplois.

On calcule que, au cours des années 1980, le travail rémunéré dans les pays de l'OCDE a diminué de 15 p. 100, alors que la production de richesse a augmenté de 30 p. 100. Si ce phénomène se poursuit dans les années 1990 et au–delà, on va assister à un découpage complet du phénomène de travail salarié et de production des richesses. Si cela continue comme cela, il y aura de moins en moins de gens qui produiront plus de richesses qu'ils seront incapables d'écouler sur le marché national et il faudra, à un moment donné, prendre position en faveur d'une nouvelle répartition des richesses.

Un autre impact des techonologies de l'information, qui va tendre à s'exacerber avec l'apparition de flots plus importants sur les autoroutes de l'information, c'est l'organisation du travail. Les entreprises sont en train d'exploser, d'externaliser de plus en plus de fonctions auprès de leurs fournisseurs, mais surtout auprès d'individus de plus en plus séparés qui sont les télétravailleurs.

On conçoit l'intérêt que le télétravail représente pour la production économique. Cela permet des compressions de masses salariales et, surtout, une flexibilité des horaires et de supprimer beaucoup d'espaces de bureau. Aujourd'hui, on calcule qu'il y a environ 4 p. 100 de télétravailleurs en Amérique du Nord. Si les accès à l'autoroute de l'information sont déployés, ce 4 p. 100, qui est encore marginal, va augmenter de façon très rapide. Les compagnies de téléphone qui sont très intéressées à ce phénomène de télétravail prévoient qu'en l'an 2000, et c'est très bientôt, 40 p. 100 de la population serait touchée par le télétravail.

Cela nous amène à une société très souple, très fluide, insaisissable, où les conflits de travail diminuent parce qu'il n'y aura plus de syndicats et ils seront remplacés par des soubresauts violents. Les émeutes de Los Angeles, l'année dernière, n'étaient peut–être pas quelque chose de conjoncturel, mais peut–être un annonciateur d'une société très fluide où la répartition de la richesse devient incontrôlable et où l'existence sociale cède le pas à une existence isolée, ce qui est tout le contraire d'une existence individuelle.

Est–ce une vision pessimiste? Pas forcément, parce qu'il y a des remèdes et des contre–pouvoirs qui vont s'établir. La migration de toutes les activités économiques à laquelle nous allons assister sur les autoroutes de l'information va créer une espèce d'unité économique assez cohérente. Cette unité économique aurait posé des problèmes si cela avait été sous le contrôle d'une compagnie privée, mais l'introduction de la concurrence dans les télécommunications, qui a eu lieu depuis quelques années, qui a lieu encore aujourd'hui d'une façon accélérée, est, à notre point de vue, quelque chose de très positif.

[*Translation*]

sector. Ninety per cent, according to that study. The result is that the number of jobs created is lower than the number that have disappeared, because it is estimated that about 300,000 people work in the information industry sector in Canada today. Three hundred thousand, even if it's growing rapidly, is clearly insufficient to absorb the losses in other sectors where jobs are being cut.

It has been calculated that in the 80s, paid work in OACD countries has declined by 15%, whereas the production of wealth has increased by 30%. If this trend continues in the 90s and beyond, we will see a complete split between paid work and the production of wealth. If it continues, there will be fewer and fewer peoplle who produce more wealth that they will be unable to dispose of on the national market and at some point, we will be forced to take a stand in favour of a new distribution of wealth.

Another impact of information technologies that will tend to be exacerbated with the appearance of larger flows on the information highways is the organization of work. Companies are exploding right now, offloading more and more of their activities on their suppliers and especially on individuals who are increasingly sidelined, namely telecommuters.

It's easy to understand why telecommuting represents an interesting concept for economic production. It allows salary cuts and, above all, flexible work schedules and the elimination of a great deal of office space. It is estimated that approximately four per cent of workers in North America are currently telecommuting. If access to the information highway is deployed, this four per cent, which remains a marginal phenomenon, will increase very rapidly. Telephone companies who are very interested in the concept of telecommuting forecast that by the year 2000—and that's very soon now—40% of the population will be involved in telecommuting.

That leads us to a very flexible, fluid, ungraspable society where labour conflicts will diminish because there will no more unions and such conflicts replaced by violent outbursts. Last year's Los Angeles riots may not have simply arisen out of certain economic conditions but rather may be heralding a very fluid society where the distribution of wealth is uncontrollable and where a social existence gives way to an isolated existence, which is completely opposite to an individual existence.

Is this a pessimistic view? Not necessarily, because there are remedies and some countervailing pressures will arise. The migration of all the economic activities which we will see on the information highways will create a relatively coherent economic unit. Such an economic unit would have been a problem if it had been under the control of a private company, but the introduction of competition in telecommunications which began a few years ago and which continues at an accelerated rate today is, to our point of view, something highly positive.

[*Texte*]

C'était absolument nécessaire pour empêcher une main–mise de monopoles sur l'ensemble de l'activité économique d'une nation. Par contre, la concurrence est insuffisante pour créer de nouvelles solidarités sociales et culturelles et pour assurer l'épanouissement des individus. Donc, il faudra que d'autres intervenants créent ces solidarités.

On croit, nous, que l'État a un rôle fondamental à jouer là–dedans. Or, l'État va avoir un outil tout à fait nouveau à sa disposition de par la création de cet ensemble cohérent d'activités économiques sur l'autoroute de l'information. On peut imaginer qu'un organisme comme Statistique Canada sera capable maintenant de suivre l'évolution économique quasiment en direct, en temps réel, d'avoir une photographie instantanée de l'état de l'économie alors que maintenant, il nous faut encore deux ou trois mois pour savoir exactement ce qui se passe.

Donc, ce pouvoir d'intervention accru, l'État devra l'utiliser pour essayer de créer des solidarités nouvelles et une répartition de la richesse en fonction de ces discontinuités salariales qui se multiplient.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Vous avez presque lu votre mémoire en entier.

M. le Scouarnec: Nous sommes heureux de voir que vous allez élargir le débat à d'autres intervenants, car nous avons remarqué, nous aussi, que le Comité était limité, à toutes fins pratiques, à des gens des milieux d'affaires. D'autre part, nous espérons que l'autoroute soit un service public. Il faut une masse critique pour que cette autoroute puisse fonctionner, donc un grand nombre d'usagers, et le gouvernement peut jouer un rôle à titre de créateur d'information et mettre cette information dans les deux langues officielles à la disposition de tous les citoyens.

Dans cette optique, en rendant l'autoroute un service public, cela favorisera l'interconnection des réseaux de câblodistributeurs entre eux et avec des services de téléphonie, surtout pour les dessertes locales.

Enfin, nous croyons que c'est important de considérer l'interdiction du contrôle des infrastructures et des services par une même entreprise et ce, de façon à encourager l'accès et la compétitivité. Et ce qui compte vraiment, c'est que le gouvernement accepte le fait que la construction et l'exploitation d'une telle autoroute ne relève pas d'une main invisible, mais bel et bien d'une planification cohérente avec des impacts sur l'ensemble de la société. Il y aura des impacts structurels et il faudra s'interroger sur la capacité des entreprises à assumer la responsabilité de cette planification.

Ne faut–il pas qu'une stratégie à long terme oriente la planification des différents intervenants dans un cadre global? Une telle stratégie devrait être l'oeuvre du gouvernement et reposer sur une concertation permanente avec l'entreprise privée, les groupes sociaux et les groupes d'utilisateurs.

Sur ce, nous vous remercions beaucoup de nous avoir invités.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Je vous remercie également. Je tiens à vous dire que votre portrait positif m'encourage, car on a eu plusieurs discussions autour de la table sur les aspects négatifs de l'autoroute de l'information.

[*Traduction*]

• 1700

This was absolutely necessary to prevent monopolies from taking control of all the economic activities of a country. However, competition is not sufficient to create new social and cultural interdependance and to ensure the full development of individuals. Therefore, other players will have to create this solidarity.

We feel that the State has a fundamental role to play in this. The government will have a completely new tool at his disposal to the creation of this coherent set of economic activities on the information highway. One can imagine an organization like Statistics Canada from now on being capable of following economic trends virtually on the spot and real time, and getting a snapshot of the state of the economy, whereas now, they still need two or three months to see exactly what's going on.

The government will have to use this increase power of intervention to try to create new ties and a distribution of wealth in accordance with this pattern of increasingly disrupted wage earning.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): You have almost read your entire brief.

Mr. le Scouarnec: We are pleased to see that you will broaden the debate to include other players, because we have also noted that to all intents and purposes, the Committee has limited its witnesses to people from business circles. Moreover, we hope that the information highway will be a public service. A critical mass is needed for this highway to operate, which means a large number of users, and the government can play a role as the creator of information and make this information in both official languages available to all citizens.

From that standpoint, making the information highway a public service will promote interconnections of cable networks between themselves and with the telephone companies, especially for local area networks.

Lastly, we feel it is important to consider prohibiting the control of infrastructures and services by a single corporation so as to encourage access and competition. What really counts is that the government accepts the fact that the building and operation of this highway is not the work of some invisible hand, but rather the result of coherent planning that has an impact on all of society. There will be structural impacts and we will need to question the ability of business to take on responsibility for this planning.

Don't we need a long term strategy that will guide the planning by various players within a global framework? Such a strategy should be achieved by government and based on ongoing cooperation between the private sector, social groups and user groups.

With this, we thank you very much for inviting us.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): I thank you. I want to say that your positive illustration of the situation is encouraging, because we had many discussions around this table about the negative aspect of the information highway.

[*Text*]

Je vais commencer avec monsieur Ménard.

M. Ménard: Vous savez, madame la présidente, qu'on ne peut pas inviter des professeurs à nos tables sans que ces gens soient verbomoteurs. C'est réjouissant quand même de voir la maîtrise que vous avez, la vision sociale surtout que vous avez de l'autoroute de l'information.

S'agissant de l'optimisme que la présidente a souligné, je comprends que c'est un optimisme qui est quand même mesuré, face au comité consultatif, puisque tout comme vous, lorsque nous avons appris la composition du comité consultatif, nous avions énormément de craintes au sujet de la place des créateurs et de ceux qui allaient produire la matière première qu'on est susceptible de retrouver sur l'autoroute de l'information.

J'aurais plusieurs questions à vous poser. Je ne veux pas abuser, parce que nous sommes en fin de séance, mais vous avez commencé votre exposé en disant qu'il y a 300 entreprises qui ont accès à l'autoroute de l'information. Ai–je bien compris que l'on parle de 300 noeuds et d'un réseau d'entreprises et d'un réseau d'institutions?

M. Rens: Oui. On parlait de 300 entreprises, c'est un peu réducteur. On considère qu'il y a 300 réseaux privés au Canada qui appartiennent à des multinationales et aussi à des entreprises nationales. Il y a des banques qui sont nationales et les gouvernements qui sont nationaux.

À l'intérieur, il peut y avoir plusieurs entreprises qui sont liées et comme ces entreprises, qui détiennent les réseaux privés, ont tendance à inclure leurs filiales et leurs fournisseurs et même parfois des chaînes de détaillants, des choses comme cela, on a accès à une galaxie d'entreprises qui vont y avoir accès. Certaines vont y avoir accès d'une façon purement passive et c'est généralement les 300 entreprises qui ont créé le réseau, qui elle–mêmes régissent le flux d'information. Donc, on peut dire que c'était très limité.

À partir du moment où on crée une autoroute de l'information, cela veut dire qu'on a l'intention d'ouvrir l'autoroute à des PME d'abord, et sûrement au grand public ensuite. Donc, c'est tout à fait différent.

• 1705

Reste à voir, ce que François–Pierre le Scouarnec soulignait plus tôt, quand on va l'ouvrir au grand public, est–ce que ce sera de façon assez unidirectionnelle, préprogrammée depuis un centre, ou est–ce que le grand public et les PME vont pouvoir interagir avec le réseau et mettre de l'information en tant que créateurs d'information?

M. Ménard: La préoccupation que j'ai comme individu, comme législateur et comme porte–parole du dossier dans ma formation politique, c'est que cela ne pourrait pas être autre chose que l'accès à cette autoroute qu'aura le consommateur, où qu'il se trouve, quelle que soit sa classe sociale. Vous avez été assez prudent, pas conservateur, mais prudent dans votre exposé. Vous n'avez pas voulu prendre position. Quel sera, dans le travail de déréglementation qui est entrepris par le ministère de l'Industrie, le véhicule ou l'acteur le plus à même d'assurer la mise en oeuvre de l'autoroute par rapport à la téléphonie ou à la câblodistribution?

[*Translation*]

Il will begin with Mr. Ménard.

Mr. Ménard: Madam Chair, you know that when we invite academics, we have to expect that they will be motormouths. Nevertheless, it is delightful to see how well you grasp this subject, particularly your social vision of the information highway.

Although I share the Chair's view that you have an optimistic standpoint, I do detect that this is guarded optimism, regarding the advisory board, because like you, when we heard about the composition of the board, we were extremely concerned about the place of creative people and those who will produce the raw material that is likely to be found on the information highway.

I have many questions for you. I don't want to take up too much time, because we are at the end of the hearing, but you started your presentation by saying that 300 companies have access to the information highway. Am I to understand that we are talking about 300 nodes, a corporate network and an institutional network?

Mr. Rens: Yes. Talking about 300 corporations is a bit simplistic. We estimate that there are 300 private networks in Canada owned by multinationals as well as national companies. There are banks that are national and governments that are national.

Within each of these, there maybe several companies that are interlinked, and since these companies that own the private networks tend to include their subsidiaries, suppliers, and sometimes even retail chains or similar things, we see that a whole myriad of companies may have access. Some may have access in a purely passive way and it's generally the 300 companies that created the networks that will regulate the flow of information. So one can say that it was very limited.

Once you create an information highway, that means that you intend to open the highway to small and medium sized businesses, first of all, and surely to the general public later. So that's completely different.

It remains to be seen, as François–Pierre le Scouarnec pointed out earlier, when it is opened to the general public, whether it will be rather unidirectional and preprogrammed from a centralized location, or will the general public and small and medium–sized businesses be able to interact with the network and input information as information creators?

Mr. Ménard: My main concern as an individual, as a legislator, and as critic for my party, is that it could be nothing else but consumer's access to this highway wherever he may be whatever his social class may be. You have been quite cautious, not conservative, but cautious in your presentation. You didn't want to take a stand. In the deregulation undertaken by the Minister of Industry, what will be the vehicle or the player in the best position to ensure the development of the highway with respect to the telephone and cable industries?

[*Texte*]

Vous n'avez pas voulu prendre position formellement, mais il n'en demeure pas moins que nous, comme législateurs, on aura à se poser cette question et il aurait été utile de connaître l'analyse des avantages comparés que vous faites de l'un et l'autre de ces acteurs en présence.

M. le Scouarnec: Nous avons des idées sur ce qui s'appellerait le contrôle législatif de l'exercice et cela passe en partie par le financement même de l'autoroute. D'une part, on se dit que, pour favoriser l'accès à un prix raisonnable ou abordable en général, il faudra éviter qu'il y ait des monopoles d'exploitation des services et cela nous semble assez important.

D'autre part, il faudrait interdire également que les infrastructures et les services soient contrôlés par une même entreprise, Cela nous semble assez important. Un exemple concret serait de dire, dans le cas de Bell ou de Vidéotron, qui ont tous les deux des projets: «bien sûr, tout le monde peut avoir un projet de services», donc un fournisseur de services sur nos réseaux, à l'instar des services que nous offrons déjà et demander un prix tellement élevé que les redevances de la filiale de Bell seront repayées au siège social; mais cela met hors du marché n'importe quel autre fournisseur de services.

On se dit qu'il faut pouvoir éviter que ce soit litéralement comme c'est le cas actuellement dans la revente des interurbains, d'où le trafic interurbain; il faut qu'il n'y ait aucune discrimination possible de la part du propriétaire de l'infrastructure. Cela nous semble assez important.

Il faut également une création sur un modèle relativement universel et là, on peut penser à Unitel, à Internet qui ont déjà un accès beaucoup plus large et qui permet à n'importe qui d'envoyer un message à n'importe qui, plutôt qu'à l'approche actuelle qui est souvent suggérée par les promoteurs canadiens qui est celle d'une image un peu grossière de l'entonnoir. On dit: «vous allez prendre ce menu, point final».

Il faudrait aussi continuer à encourager le partage du savoir, car on sait que l'autoroute de l'information est, dans le fond, l'autoroute de la richesse de demain qui réside dans le savoir. Il faudra pouvoir développer des moyens pour toujours encourager la diffusion de services gratuits par les institutions d'enseignement, entre autres, et autres institutions ou individus qui veulent partager un certain savoir.

M. Ménard: Est–ce que je n'abuse pas de mon temps?

La vice–présidente (Mme Bakopanos): On peut peut–être laisser au autres leur tour de poser des questions, mais on reviendra, monsieur Ménard.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Thank you very much. This is to Mr. le Scouarnec. Is that how I say it?

Mr. le Scouarnec: That's about it.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): A name is very important.

In your presentation, you talked about cultural and social choices and that there's going to be somewhat of an upheaval in that milieu. You asked a question about the dominant culture of the highway. Who is that going to be? What is it going to be? What form will it be? We're looking at the challenge of personal creativity versus a preprogrammed menu on the highway.

[*Traduction*]

You didn't want to take a formal stand, but the fact remains, that as legislators, we must ask this question, and it would have been useful to have information on the comparative analysis of the advantages that you are doing on these players.

Mr. le Scouarnec: We have some ideas on what legislative control of the exercise would be, and in part, it is linked to the very funding of the highway. On the one hand, we believe that to promote access at a reasonable or an affordable price in general, service providers must not have monopolies, and that seems rather important to us.

On the other hand, it will be necessary to prevent one business from controlling the infrastructure and the services provided. That is important to us as well. A clear example would be to say, in the case of Bell or Videotron, which are both involved in projects: "Of course, everyone can have a project", or be a service provider on our networks, and provide services similar to those that we are already providing, but the price asked would be so high that the fees paid by Bell's affiliates would go directly to the parent company. But that makes other service providers uncompetitive.

We also believe that it is important to prevent a repetition of what is happening now in the resale of long distance services. The owner of the infrastructure must not discriminate in any way. That is an important aspect.

The design must also be based on a relatively universal model, and here Unitel and Internet come to mind, as they are more accessible and enable anyone to send a message to anyone else, instead of the current approach often put forth by Canadian developers, which resembles a rough funnel shape. Their position is: "You will have to make do with this menu, and that's that".

It is also important to continue to promote the sharing of knowledge, because we know that the information highway is, after all, a knowledge–based highway the source of tomorrow's wealth. It must also be possible to find ways to encourage the provision of free services by educational institutions and other institutions or individuals who want to share knowledge.

Mr. Ménard: I'm I taking up too much time?

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): We could perhaps give other people a chance to ask some questions, but we'll get back to you, Mr. Ménard.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Merci beaucoup. Monsieur le Scouarnec. Est–ce que j'ai bien prononcé votre nom?

M. le Scouarnec: C'est à peu près ça.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Un nom est très important.

Dans votre exposé, vous avez parlé de choix culturels et sociaux et vous avez dit qu'il y aurait une sorte de bouleversement dans ce milieu. Vous avez posé une question concernant la culture dominante de l'autoroute. Qui sera–t–elle? Quelle sera–t–elle? Quelle forme prendra–t–elle? Nous faisons face à une défi de créativité personnelle par opposition à un menu pré–programmé sur l'autoroute.

[*Text*]

I want to know what you think is going to happen when you take those kinds of questions—these will be extremely difficult for Canadians to answer given our own cultural milieu—and you move that into the broader context of international collaboration. We're only one part on the highway. We're only one player.

Consider that we have agreements right now. We have CUSTA, NAFTA and GATT. What do you think the implications will be for Canada's regulatory environment, given that those are the kinds of questions we're going to have to come to grips with in Canada? How will this have an implication with respect to international agreements?

• 1710

This just seems to be a huge problem. As you were talking, I started to write these things down, and the questions got bigger and bigger.

M. le Scouarnec: C'est la gestion de la complexité n'est–ce pas?

Ce dont vous parlez, c'est, d'une part, comment allons–nous pouvoir maintenir des exceptions, des exemptions culturelles, par exemple, dans les traités internationaux? Enfin, je sens peut–être cette idée dans ce que vous invoquez.

Si l'autoroute fonctionne dans tous les sens, on ne pourra pas réglementer les contenus canadiens de façon très efficace. On pourra toujours demander aux radiodiffuseurs de maintenir une certaine barre, mais cela sera très, très difficile. Il faudra faire preuve d'énormément de créativité et de dynamisme, d'entrepreneurship.

Cependant, je ne vois pas beaucoup de possibilités de devenir une Albanie nord–américaine sur le plan culturel. Ce ne serait pas, finalement, à l'avantage même des Canadiens, qu'on cherche à protéger.

Cela dit, je pense qu'il faut créer certaines mesures qui inciteront les fournisseurs de services à offrir des services pertinents. Dans la mesure où ils seront branchés sur les réalités locales, donc les réalités canadiennes, nous allons continuer d'avoir des contenus très intéressants et même probablement des modèles de contenus qui pourront être exportés à l'extérieur. Et cela, si nous avons une garantie d'accès.

Nous avons entendu un peu les radiodiffuseurs et on connaît leurs difficultés à pénétrer le marché américain. Toutefois, la difficulté à le pénétrer ne réside pas dans la qualité de leur programmation. Très souvent, elle réside dans le contrôle à l'accès offert par les câblodistributeurs américains des grands réseaux américains. Avec une autoroute sur laquelle ils ont effectivement accès, de fait, ils devraient pouvoir compter sur cet effet de levier pour avoir des revenus supplémentaires et continuer d'enrichir la programmation canadienne. Ce que nous préconisons, c'est qu'effectivement, il faudra une forme de déréglementation, mais il serait illusoire de tout déréglementer.

Le CRTC, ou un autre organisme, va devoir probablement maintenir certains paramètres—cela nous semble très, très important—et rendre le fournisseur de services ultimement responsable du contenu. Si on dit que le propriétaire d'infrastructure n'est pas le même que celui qui fournit les services, il est bien entendu qu'à ce moment–là, il y a une responsabilité qui réside chez le fournisseur.

[*Translation*]

J'aimerais savoir ce qui d'après vous se passera lorsque vous répondez à ces questions—ce serait très difficile pour les Canadiens d'y répondre compte tenu de notre milieu culturel—et quand vous passez à un contexte plus vaste c'est–à–dire celui de la coopération internationale. Nous ne constituons qu'une partie de l'autoroute. Et nous sommes qu'un seul joueur.

Des accords existent actuellement. Nous avons l'accord de libre–échange avec les États–Unis, l'ALÉNA et le GATT. Quel sera à votre avis l'impact sur les organes de règlementation canadiens, compte tenu du fait que c'est le genre de question auquel nous devrons répondre ici au Canada? Quels en seront les effets sur les accords internationaux?

Cela me semble un énorme problème. Pendant que vous parliez, je prenais des notes, et les questions devenaient de plus en plus cruciales.

Mr. le Scouarnec: It's a lesson in complexity management, isn't it?

What you're talking about, is first of all, how are we going to be able to maintain exceptions, and cultural exemptions, for instance in international treaties? At least that's what I believe you meant in the point that you brought up.

If the highway operates in all directions, we will not be able to regulate canadian content very effectively. We could always ask broadcasters to stay on course, but that would be very very difficult. We will have to display a lot of creativity and be very dynamic and entrepreneurial.

However, I don't think that it's possible for us to become a North American Albania in cultural terms. Ultimately, this would not be advantageous for Canadians whom are are seeking to protect.

Having said that, I think we will have, through certain measures to encourage service providers to offer relevant services. As long as the service providers remain up to date on local and Canadian realities, we will continue to have very interesting content, and probably models for content which we could export abroad. We will be able to do that if we are guaranteed access.

We have heard from some broadcasters, and we are aware of the difficulties they face in penetrating the American market. However, their difficulty does not lie in the quality of their programming. Often, it's because of the controlled access that American cable companies have over the large American networks. For Canadians, having access to this highway will enable them to use some leverage to obtain additional revenues and to continue to enrich Canadian programming. What we're advocating, is in fact, some type of deregulation but it would be an illusion to want to deregulate everything.

The CRTC, or another body, will probably have to maintain certain parameters—which is very very important—and make service providers ultimately responsible for content. If we say that the owner of the infrastructure is not the same as the service provider, it is obviously important to point out that some responsibility remains in the hands of the service providers.

[*Texte*]

Pour aller plus loin dans le sens de la créativité, si on ouvre l'autoroute à n'importe quel créateur, n'importe quel organisme qui veut apporter une contribution, nous allons avoir un essort de créativité. Toutefois, si on laisse le tout dans les mains d'un menu à 25 choix qui comprennent l'astrologie, l'horoscope et la météo, ce n'est pas comme cela qu'on encouragera la créativité des Canadiens, je ne le crois pas.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Merci. M. Graham.

M. Graham: M^me^ Brown a exprimé exactement ma pensée. À l'encontre de notre présidente, je suis plutôt déprimé qu'encouragé par votre présentation. Précisément, pour les même raisons que M^me^ Brown.

Vous nous avez parlé du défi de la protection de la langue française et cela a évoqué, dans mon esprit, le livre de Jean–Jacques Servan–Schreiber: *Le défi Américain*; c'est la technologie qui impose ses réalités à toute réalité culturelle. Dans ce contexte, en parlant de défi américain j'ai commencé à penser aux Américains, j'ai commencé à penser au GATT, et j'ai commencé à penser exactement dans la ligne de M^me^ Brown.

Donc, il me semble que, dans le monde dans lequel nous vivons, les structures de l'information et le contenu sont globalisés. Les moyens de livraison du produit sont globaux actuellement. Donc, réglementer l'un ou l'autre exige plus qu'une politique nationale, cela exige obligatoirement soit qu'on soit aussi important et aussi puissant que les Américains ou qu'on ait une réglementation internationale, ou au moins transnationale.

Pour poursuivre dans la ligne de pensées de la dernière question, selon vous, quelles sont les chances pour nous, un pays comme le Canada, de faire accepter cela aux Américains? Les Américains, c'est la source de la plupart de nos échanges; on peut parler aussi des Européens, des Chinois, même de l'Albanie si l'on veut, mais ce sont les Américains qu'il faut convaincre.

[*Traduction*]

To go a little further along the lines of creativity, if we open up the highway to any creator, or any organization that wants to make a contribution, there will be a rapid development of creativity. However, if we rely solely on a menu with 25 choices, ranging from astrology to horoscopes and weather information, we will not encourage creativity on the part of Canadians, at least I don't think we will.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Thank you. Mr. Graham.

Mr. Graham: Mrs. Brown has said exactly what I think. Contrary to our Chair, I am more discouraged than encouraged by your presentation. Specifically for the reasons stated by that Mrs. Brown.

You neglected to address the challenge of protecting the French language, and that brings to mind the book written by Jean–Jacques Servan–Schreiber: *Le défi Américain*; it's technology that imposes its realities on all cultural realities. In this context, talking about the American challenge, I started to think about the Americans. I started to think about the GATT, exactly along the same lines as Mrs. Brown.

As a result, it seems to me, that in today's world structures for information and content are global. The means used to deliver products are also global. However, regulating both requires a national policy, and that automatically requires us to be either as important or as powerful as the Americans or to have some type of international regulations, or at least transnational regulations.

Along the same lines as the last question, according to you, is it possible for a country like Canada, to get the Americans to accept that? We do most of our trade with them; of course we can also mention the Europeans, the Chinese, and even Albania if you want to, but we have to convince the Americans.

• 1715

C'est une question préoccupante pour nous, Canadiens. Ce l'est moins qu'au Québec, peut–être, pour les raisons de langue. Quelles sont les chances de pouvoir persuader les Américains d'établir une forme de réglementation internationale ou transnationale qui nous permettrait d'avoir une certaine indépendance?

M. Rens: Je peux dire un mot et je laisserai François–Pierre le Scouarnec répondre, car ce n'est pas la question de la réglementation internationale qu'on avait abordée. J'ai l'impression que c'est absolument contraire à toute la philosophie américaine depuis les années 1920. On a vu cela dans le domaine de la radio; quand la radio est arrivée, elle dépassait les frontières. Les Américains ont toujours refusé, se sont toujours objectés à toute réglementation internationale. Ils ont même eu peur, dans la création de l'union internationale des télécommunications, dans les années 1930, de voir un embryon de pouvoir supranational de réglementation et ils l'ont refusé à toutes les étapes.

Donc, je ne crois pas qu'on puisse le leur faire accepter. Par contre, on sera forcé de continuer à se battre de façon à obtenir des exemptions culturelles semblables à celles obtenues dans le cas de l'ALÉNA, comme les Français ont réussi à l'imposer

That is a worrisome question for all Canadians. Maybe less so in Quebec, for linguistic reasons. What are the chances of persuading the Americans to establish some sort of international or transnational regulations which would enable us to have a certain independence?

Mr. Rens: I'd just like to say a word and then I'll let François–Pierre Le Scouarned answer the question, because we did not address international regulations. However, I believe that regulations would go against the American philosophy that has been in place since the 1920s. It was apparent in radio; when radio came into existence, it crossed borders. The Americans always refused any type of international regulations. When the International Telecommunications Union was created in the 1930s, the Americans were afraid that it would be the beginning of a new international regulatory power and refused to go along with it.

Therefore, I don't think that we will be able to get them to accept it. However, we would be forced to continue our fight for cultural exemptions similar to those that we obtained under NAFTA, just as the French did under GATT. These are things

[*Text*]

dans le cadre du GATT. Ce sont des choses que les Américains devraient finir par comprendre, car si on américanise la planète — ils ont essayé de le faire — cela donnerait des résultats comme, je ne dis pas l'Albanie, mais je parlerais de l'Iran, par exemple, où on a des fondamentalismes qui se développent de façon tout à fait irrationnelle.

On ne peut pas nier une culture de façon indéfinie. Ce n'est pas très satisfaisant ce que je dis, je le sais, mais c'est d'exception en exception qu'on est capable peut–être de survivre.

M. le Scouarnec: Il y a peut–être une petite lueur. Je sais pourquoi vous seriez pessimiste, car on ne voyait pas notre texte comme étant nécessairement optimiste. On le voyait comme équilibré, avec des plus et des moins, et parfois plus de moins que de plus.

Cela dit, très brièvement, on voit souvent les technologies détournées. Par exemple, la radio, au départ, avait été inventée pour faire de la communication soi–disant bi–directionnelle et le téléphone pour retransmettre la musique et l'opéra. Dans les faits, c'est l'inverse qui s'est produit, quand on regarde l'utilisation actuelle. Les technologies inventées ont souvent été conçues dans un certain esprit et détournées par les utilisateurs.

Ce qui manque aux Canadiens à ce moment, c'est souvent un véhicule d'accès aux États–Unis, pour distribuer les produits canadiens. C'est aussi clair que cela.

J'ouvre une autre parenthèse. On apprenait tout récemment qu'à Hollywood, on peut envoyer, sous forme de message numérique sur l'autoroute de l'information, un film au complet, à n'importe quelle salle qui distribue ce film en Amérique du Nord. Donc, on sort un film et on l'envoie directement à Ottawa, à Toronto et à Winnipeg en même temps et, éventuellement, avec le doublage synchronisé, dans n'importe quelle langue. Si on peut le faire à partir d'Hollywood, avec l'autoroute de l'information, on peut le faire à partir de Toronto, de Vancouver ou de Montréal. De fait, il n'y aurait aucune raison, à ce moment–là, de la part des Américains, de créer des barrières.

Donc, oui, on ouvre nos frontières et, en fait, elles sont déjà ouvertes. C'est déjà une passoire. Là, on a peut–être l'occasion de pénétrer un marché qui, jusqu'à présent, nous était fermé. C'est peut–être cela, la possibilité de l'autoroute pour les Canadiens.

M. Ménard: J'ai cherché à comprendre, à travers les témoignages de nos invités, et à travers la littérature qui est disponible ici à la bibliothèque. Un de mes premiers contacts avec le dossier de l'autoroute de l'information a été M. Chagnon et le projet UBI.

Imaginez–vous que ce n'était pas nécessairement ce qu'il y avait de plus vulgarisé. Il m'a présenté une cassette et je trouve fantastique cette possibilité que, à travers l'autoroute de l'information, des gens puissent payer leurs comptes à la maison, puissent avoir accès à une foule de services qui finalement vont réduire leur interaction sociale. C'est une dimension qui m'inquiète beaucoup, qui trouve son pendant chez–vous par le télétravail, avec les répercussions que cela peut avoir sur l'organisation du travail.

Fondamentalement, selon vous, y a–t–il quelqu'un, dans les groupes que vous connaissez, qui ont un petit peu analysé le type de demande qu'il peut y avoir? Personnellement, je ne suis pas convaincu qu'il y a véritablement une demande pour tous les services qui seront disponibles sur l'autoroute de l'information.

[*Translation*]

that the Americans will have to understand, because if we americanize the planet — as they are trying to do — we won't end up like Albania, but we may end up like Iran, where fundamentalism is developing in a very irrational way.

We can't deny a culture indefinitely. And I know that what I am saying is not very pleasant, but it might be from one exception to the next that we are able to survive.

Mr. le Scouarnec: Maybe there is a small glimmer of hope. I understand your pessimism. We did not see our presentation as being overly optimistic either. We thought it was balanced, pluses and minuses. And sometimes there were more minuses than pluses.

Having said that, briefly, technology is often diverted. In the beginning, radio, for example, was invented for two–way communication and the telephone to broadcast music and opera. In fact, the opposite is true when you look at how they are used today. Invented technology is often designed for one purpose but used for another.

What Canadians are lacking at this time, is a means of access to the United States in order to distribute Canadian products. It's as clear as that.

Just as an aside, we recently learned that in Hollywood, it is possible to send an entire film in digital form over the information highway. This film can be sent to any place that distributes in North America. So when a film comes out, it can be sent to Ottawa, Toronto and Winnipeg at the same time. Eventually, it will be possible to send it with synchronized dubbing in any language. If this can be done from Hollywood, with the information highway, it could also be done from Toronto, Vancouver or Montreal. In fact, the Americans would then have no reasons to put up barriers.

Therefore, yes, we are opening our borders. And in fact, they are already open, almost like a sieve. We may now have the opportunity to penetrate a market which, until now, has been closed. Maybe that's the opportunity that the information highway will represent for Canadians.

Mr. Ménard: I've been trying to understand this situation, by listening to our guests and by reading literature which is available in the library. One of my first contacts with the information highway was through Mr. Chagnon and the UBI project.

As you can imagine, it wasn't necessarily the easiest subject to understand. He gave me a cassette and I thought it was amazing that by using the information highway, people could pay their bills from home and have access to a host of other services which would ultimately reduce their contact with other people. This is an aspect that really concerns me. It is similar to telecommuting, with all the repercussions it can have on organized labour.

As far as you know, is there anyone in the groups you know who has analyzed the kind of possible demand for the services? Personally, I'm not convinced that there is a real demand for all of the services that are available on the information highway.

[*Texte*]

M. Rens: C'est la grande inconnue. On a toujours parlé de l'avènement du télétravail et de choses comme cela.

• 1720

Il n'est pas sûr que les gens vont tous avoir envie d'acheter des tomates à distance. C'est clair que, de ce côté–là, il n'y a aucune étude de marché qui a été faite.

Pourquoi ces services n'existent pas? Il n'y a pas d'étude. Que ce soit UBI, Vidéotron, SIRIUS, Bell Canada et les autres compagnies de téléphone, on est dans un univers où on y va à l'intuition. Les Chagnon, les MacLellan, etc., vont vous raconter des histoires, mais il n'y a rien derrière qui sous–tend cela. Il y a un acte de foi, parce que la technologie est prête. Alors, je crois qu'à partir de cela, on peut faire beaucoup d'hypothèses.

J'irais quand même dans le sens un petit peu de ce que disait François–Pierre plus tôt. C'est que les technologies existent et elles sont souvent détournées. C'était l'idée intéressante qu'il avait apportée. Là, on pense tout de suite, avec l'autoroute de l'information, à de grands services qui vont se transporter d'un bout à l'autre de la planète. Cependant, il ne faut pas oublier que la plupart des services qu'ils vont prendre au début, pourraient plutôt être des services de proximité: avoir accès aux services municipaux, aux services de la province, aux services de. . .

M. Ménard: Des taxes, des choses comme cela.

M. Rens: Oui. D'informations sur les taxes, les nouvelles. . .

M. Ménard: Excusez–moi, pour le compte de taxes, ce n'est peut–être pas l'exemple le plus pertinent.

M. Rens: Oui. Et quand on change la TPS une fois de plus, là, nous sommes perdus; on ne sait pas ce qui s'est passé. C'est un petit peu dans cette hypothèse que j'avais émis l'idée qu'il y aurait des services hybrides, câble et téléphone.

Vous avez aussi les petites annonces qui seraient disponibles en direct. On pourrait faire des petites annonces séance tenante et les consulter *on line* sur l'écran de télévision ou d'ordinateur. Donc, ce sont des services qui seront vraiment très locaux.

De ce côté–là, cela répond peut–être un peu à l'inquiétude qu'avait M. Graham, qui disait que ce n'était pas une invasion directe des États–Unis. Si c'est vrai que ce sont des services de proximité qui vont se développer en priorité, il y aura moins de risque que les services puissent venir d'Europe ou des États–Unis. Ce seront des services locaux créés sur place.

Pour moi, il y a une chance, par le biais de l'autoroute de l'information qui arrivera avec la production numérisée, d'avoir des documents qui devraient coûter moins cher que des documents «à la logique», produits uniquement par les grands studios hollywoodiens. Cela va peut–être donner une chance à des petits producteurs de services informatisés de distribuer aux niveaux provincial, municipal et régional.

M. le Scouarnec: Si je peux me permettre de poursuivre très brièvement. C'est justement là l'intérêt de cette autoroute. C'est que, si elle est accessible à tous, et non pas simplement à quelques consortiums qui auront arrangé un marché, on pourra voir cette technologie évoluer, arriver avec des idées nouvelles. On verra de nouveaux services.

[*Traduction*]

Mr. Rens: That's the big question. We have always talked about the advent of telecommuting and other things like it.

It's not certain that people are going to want to buy tomatoes from their home. It is clear that in that respect, no market studies have been conducted.

Why don't these services exist? There hasn't been a study. Whether it by UBI, Videotron, the Beacon initiative, or Bell Canada and other telephone companies, we're in a world where people are guided by their intuition. The Chagnons, and the MacLellans will tell you stories, but there is nothing to back it up. There is an leap of faith, because technology is ready. I think that on that basis, several assumptions can be made.

I would tend to agree somewhat with what François–Pierre said earlier, namely that technology is often diverted. He brought up an interesting point. With the information highway, we immediately think about large services that will be transfered from one end of the planet to the other. However, we have to keep in mind that in the beginning, most services will be local ones: access to municipal services, to provincial services, access to. . .

Mr. Ménard: Taxes, and things like that.

Mr. Rens: Yes. Information on taxes, news. . .

Mr. Ménard: Excuse me, as regards taxes, this may be not the most relevant example.

Mr. Rens: Yes. And when we change the GST again, we'll all be lost; we won't know what has happened. It was based on that assumption somewhat, that I I mentioned the possibility of hybrid services, as cable and telephone services.

ALSO classified ads would be available on–line. You can place a classified add and immediately look at it on–line on your TV or computer screen. As you can see, these are truly local services.

In that respect, your comments may address some of the concerns expressed by Mr. Graham, who said that this wasn't the case of a direct invasion by the United States. If it's true that local services will develop first, there's a lower risk of services coming from Europe or the United States. Local services are services that are created on–site.

I think that through the information highway and digital production, it will be possible to obtain documents that are less costly than those produced through analog operation solely by the large Hollywood studios. That might give small computer sevice companies a chance to distribute their products provincially, municipally and regionally.

Mr. le Scouarnec: With your permission, I'd like to comment briefly. That's where the interest in the information highway lies. If the information highway is accessible by all people, and not just by large consortiums which have set up markets, technology will evolve, and new ideas will be developed. We'll see new services.

[*Text*]

Il faudra que cela vienne, puisqu'il y aura énormément d'emplois perdus avec l'autoroute. On perd tous les services qui n'ont aucune valeur ajoutée. Pourquoi allez–vous utiliser un courtier en immeuble si vous pouvez visiter la maison à partir de votre salon? Pourquoi aller acheter une voiture chez un concessionnaire, sinon que pour l'essayer à la toute dernière minute?

Donc, cela va éliminer de fait énormément d'emplois. On le voit dans les caisses enregistreuses des supermarchés. Depuis qu'il y a les codes d'accès, on passe beaucoup plus vite. On passe beaucoup plus vite, donc, on réduit le nombre de caissiers et de caissières. C'est tout à fait logique. Cependant, tous ces gens–là ne seront pas replacés dans la nouvelle société de l'information. C'est très clair.

Il y a des mécanismes, et il y a des responsabilités sociales qui, traditionnellement parlant, ont toujours été assumées par l'État. Il faudra se poser des questions. Est–ce toujours l'État qui doit écoper de l'arrivée d'une technologie qui met autant de personnes à la rue, ou qui déplace certains problèmes? On aura, bien sûr, des messageries roses. Il faut quand même être réalistes. Faut–il les empêcher ou pas? Je pense qu'elles auront lieu de toute façon.

M. Ménard: Messageries roses. Vous ne faites pas référence à. . .

M. le Scouarnec: Pensez à Minitel, par exemple; il y a des segments de Minitel où il y a des petites annonces un peu plus osées. Je pense qu'il y aura cet équivalent, malheureusement.

M. Ménard: Vous parlez du fibre optique.

M. le Scouarnec: Une nouvelle optique, si l'on veut. Tout cela pour dire qu'il faudra quand même laisser place à la création de services, et que la structure législative mise en place — et c'est là que le gouvernement joue un rôle important — devra prendre place. Je ne crois pas que le gouvernement puisse simplement dire, «on déréglemente, donc, on ne s'en occupe pas.»

C'est plus qu'un chemin de fer de 1867, ce dont on parle. C'est un chemin de fer qui arrive dans les foyers de chaque individu. Cette structure mise en place devra favoriser l'accès dans les deux sens, pas simplement comme consommateur, comme personne qui dit «oui, j'achète», mais comme producteur d'information, et comme individu qui apporte des nouveaux services.

• 1725

C'est à ce moment–là que ça prendra son essort et que ce sera vraiment canadien.

Mr. Solberg: I have a few questions. First of all — and maybe you dealt with this when I was absent earlier — you were talking about consumer access and making sure consumers do have access. But really, isn't it in the interests of the suppliers to make sure as many consumers have access at the cheapest possible price, to get as many on board as they can, especially if there is going to be competition?

M. Rens: Oui. Nous ne sommes pas tellement inquiets, comme vous dites, que les consommateurs aient accès à l'autoroute parce que les entreprises y ont intérêt. Notre inquiétude, à François–Pierre le Scouarnec et à moi, c'était que

[*Translation*]

That is inevitable, because the information highway will cause a significant number of job losses. All services that have no value added will be lost. Why would you retain the services of a real estate agent if you could visit a house from your own living room? Why buy a car from a dealership, unless it's just to take it for a spin at the last minute?

As you can see, the information highway will eliminate a considerable number of jobs. This trend is already apparent with cash registers in supermarkets. Since cash registers have been using access codes, the lines are shorter. People can get through a lot more quickly, and as a result, the number of cashiers required is lower. It's logical. However, these people will not be replaced in the new information society. That's clear.

There are mechanisms, and there are social responsibilities which traditionally speaking, have always been the responsibility of the State. We must ask ourselves some questions. Should the State take the rap for new technologies that put so many people out into the street, or shift certain problems? There will, of course, be eroticism. We have to be realistic. Should we stop it or not? I think that it will exist anyway.

Mr. Ménard: Eroticism. Are you referring to. . .

Mr. le Scouarnec: Think about Minitel for example; there are parts of Minitel where the classified adds are a little risky. Unfortunately, I think there will always be something equivalent to that.

Mr. Ménard: You're talking about fiberoptics.

Mr. le Scouarnec: A new perspective so to speak. All that to say, that there must be room to create services, and that the legislative structure put into place — and this is where the government will have an important role to play — must be well established. I do not think that the government can simply say: "Everything is deregulated, so we don't have to worry about it".

We're talking about something more than the 1867 railway. This is a railway that goes right into the homes of each individual. The structure that is put in place must encourage access in both directions, not just as a consumer, or a person who says "yes, I'll buy that", but as a producer of information, and as an individual who introduces new services.

That's when it will truly take off and become really Canadian.

M. Solberg: J'ai quelques questions. Tout d'abord — vous avez peut–être parlé de ceci lorsque j'étais absent plus tôt — vous avez mentionné l'accès des consommateurs et la nécessité de s'assurer qu'ils ont effectivement cet accès. Mais dans le fond, n'est–ce pas dans l'intérêt des fournisseurs de s'assurer que le plus de consommateurs possible ont accès au tarif le plus bas possible, afin d'en obtenir autant qu'ils peuvent, surtout s'il va y avoir concurrence?

Mr. Rens: Yes. We're not all that worried about consumers gaining access to the highway, because as you said, it's in the interest of business to make sure they do. My concern and that of François–Pierre le Scouarnec was that citizens would

[*Texte*]

les citoyens n'aient pas accès à la création de produits, de services. On ne voulait pas que deux ou trois compagnies—Bell, pour ne pas les nommer, Vidéotron, Bissitel—aient le monopole de l'accès, de la création des services et puissent dire: «Vous, vous avez une chaîne de radio dans l'Ouest, on ne vous aime pas, on vous expulse de là, parce que c'est notre filiale à nous, à Montréal ou à Toronto, qui va l'avoir.» Donc, c'est dans ce sens-là qu'on voulait que ce soit interactif à l'accès.

M. le Scouarnec: Je pense que, pour résumer très brièvement, cette notion d'accès va intéresser non seulement le côté consommateur et donc producteur, mais également, l'accès en régions éloignées. Oui, tout le monde a intérêt à vendre dans les marchés de Toronto et de Montréal. Mais qui a intérêt à aller au fond des bois? C'est pourquoi on dit que l'accès réel à tous les Canadiens sera rendu possible si on parle de services publics, donc de compagnies qui ont le statut de service public et les obligations qui viennent avec, d'après la loi existante; en plus, il faut forcer une forme de convergence au niveau des infrastructures dans les régions, c'est-à-dire l'utilisation du téléphone et du câble dans les régions éloignées plutôt que de les opposer l'un à l'autre. Il faut d'abord repenser un peu l'accès dans ce sens-là.

Mr. Solberg: Throughout the history of telecommunications, we've seen those services eventually get extended into the various areas. It seems to always find a way to get there, and people eventually do get served.

If things continue to evolve the way they have with television, for instance, where you're moving more toward pay-per-view and that kind of thing, the question then would be how much information can this information highway deliver back and forth? There could be as many sources for it as there are people, I guess, and the information highway would have to be that big. Are you saying that whatever the regulation is, it has to permit that back-and-forth flow?

M. le Scouarnec: Ce qui est clair, c'est que le véritable pouvoir dans la société de l'information réside dans la personne qui contrôle les flux d'information. Si le flux d'information passe par une compagnie qui a, d'une part, le tuyau, et ensuite ce qui coule dedans, c'est octroyer à une compagnie privée, quelle qu'elle soit, un pouvoir social immense. Donc, la façon de diffuser ce pouvoir social, économique et politique—parce que tout cela c'est lié—c'est, comme vous le dites, d'élargir l'accès et que les sources soient multiples.

Le gouvernement a un rôle crucial à jouer là-dedans, et d'abord comme créateur d'information en termes d'accès. C'est alors que cette information est pertinente pour les citoyens.

La vice-présidente (Mme Bakopanos): Une dernière question monsieur Solberg?

Mr. Solberg: You were talking about people being laid off at the grocery stores because the scanner can put things through faster, and you're worried about their ability to find their way back into society. But throughout history we've gone through this, as you know. Somehow we always seem to find a way to produce another level of services, goods, or whatever, that re-employ these people.

[*Traduction*]

not have access to the creation of products and services. We don't want to see two or three companies that should remain nameless but that are Bell, Vidéotron and B.C. Tel, have a monopoly on access and on the creation of services and thus be able to say: "you have a radio station in the West, we don't like you, we're getting you out of there because our subsidiary in Montreal or Toronto is going to get it." So it's in that sense that we wanted the access to be interactive.

Mr. le Scouarnec: To summarize briefly, I think that this notion of access will interest not only the consumer side and thus the productive side, but also access in remote regions. Yes, it's in everyone's interest to sell in markets like Toronto and Montreal. But who's interested in going to the backwoods? That's why we're saying that real access by all Canadians will be made possible if we're talking about public services, that is companies that have the status of public services and the obligations that go along with that, according to existing legislation. Moreover, we have to force some sort of convergence with regard to infrastructures in the regions, that is to say the use of telephone and cable in remote regions rather than competition between them. We first have to rethink the whole notion of access with this in mind.

M. Solberg: Depuis l'origine des télécommunications, on a vu que ces services-là devenaient disponibles tôt ou tard dans diverses régions. Cela semble toujours faire son chemin, et les gens obtiennent le service.

Si les choses continuent à évoluer comme elles l'ont fait avec la télévision, par exemple, où on assiste au phénomène de la télé payante par émission et des choses de ce genre, la question qui se pose c'est combien d'information cette autoroute peut-elle livrer dans un sens ou dans l'autre? Il y aurait autant de sources qu'il y aurait de gens, je suppose, et l'autoroute de l'information s'élargira en conséquence. Êtes-vous en train de nous dire que quelle que soit la réglementation, il faut qu'elle permette ce flux dans les deux sens?

Mr. le Scouarnec: What is clear is that the real power in the information society belongs to whoever controls the flow of information. If the flow of information goes through a company that owns the pipe and what flows in it, you are giving that private company, whatever it may be, an immense amount of social power. So the way to spread that social, economic and political power—because all this is interconnected—is to broaden access, as you said, and make sure that there are multiple sources of information.

The government has a crucial role to play in this, first as the creator of information in terms of access. This is how the information can be relevant to citizens.

The Vice-Chair (Mrs. Bakopanos): One last question, Mr. Solberg?

M. Solberg: Vous aviez dit que des employés de supermarchés avaient mis à pied à cause des lecteurs optiques qui accélèrent le processus, et vous vous inquiétez de leur capacité à se réintégrer à la société. Mais comme vous le savez, ce genre de situation s'est produit tout au long de l'histoire. D'une façon ou d'une autre, on semble toujours trouver moyen de produire un autre niveau de biens, de services ou quoi que ce soit pour employer ces gens-là.

[*Text*]

On what basis do you think it may be difficult for these people to reintegrate?

M. Rens: Ce que vous dites est tout à fait vrai, sauf que si on prend l'évolution du salariat depuis le début du siècle, on s'aperçoit que les gens ont travaillé 3 000 heures par an au début, dans les années 1900, et maintenant, on travaille peut–être de 1 600 à 1 700 heures.

• 1730

Le problème maintenant, c'est d'essayer de s'aperçevoir qu'on a automatisé, pour une fois, à peu près toutes les activités humaines, y compris les activités tertiaires, qu'on croyait ne pas être automatisables et qu'on va encore faire passer le temps de travail un cran plus bas.

Il ne faut pas dire que les gens ne vont plus travailler, mais il va falloir qu'ils fassent autres choses, d'autres activités, qui sont pour l'instant démonétisées, si vous voulez. Il y a plein d'activités—au niveau de l'aide sociale, de l'éducation—qui ne sont pas rémunérées à l'heure actuelle. On sait qu'il y a des besoins. Il y a des personnes âgées, par exemple, qui ont besoin d'être gardées chez elles, mais on n'est pas capable de les payer, parce qu'il n'y a pas d'argent pour les payer.

Par contre, le pays a de plus en plus de richesses. Alors on s'est dit: «Si on arrive à trouver des moyens nouveaux. . .» Là, j'arrive dans une spéculation quasiment phylosophique, mais il y a des gens qui se penchent là–dessus. Si on arrive à trouver des moyens nouveaux pour redistribuer les richesses, on va pouvoir peut–être trouver l'argent pour payer ces gens à faire ces travaux dont on sait qu'on a besoin. Par exemple, je disais, garder des gens âgés à la maison au lieu de les mettre en institution ou de les laisser abandonnés.

Il va falloir trouver un moyen de payer pour des activités qui, pour l'instant, n'ont aucune valeur monétaire et dont on a besoin quand même. Il va falloir trouver les moyens de les rémunérer.

Cette espèce d'autoroute de l'information est en train d'accélérer tous les processus actuels de changements sociaux. Là, je suis d'accord avec vous. À chaque fois qu'il y a eu une mutation, on va trouver un moyen nouveau d'employer les gens. Je ne crois pas que demain, on va se retrouver avec une société dans laquelle il y aura 50 p. 100 de chômeurs. Je ne le crois pas. Aujourd'hui, on a une définition qui est tout à fait restrictive du chômeur ou de l'assisté social, et il va falloir changer cela. Toutefois, les gens vont faire quelque chose, c'est certain. Sinon, c'est la fin de notre société.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Mr. Graham, Mr. Gallaway, if you have no questions, I'll let Mr. Solberg have one more question.

Mr. Solberg: If I could, I'd like to continue along that line.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): They're very interesting, but I think some of us have other obligations.

Go ahead with one last question.

Mr. Solberg: Okay.

[*Translation*]

Pourquoi croyez–vous qu'il leur sera peut–être difficile de se réintégrer?

Mr. Rens: What you're saying is quite true, except that if you look at how wage earning has evolved since the turn of the century, you will see that people used to work 3,000 hours a year in the beginning, in the 1900s, whereas today they work maybe 1,600 to 1,700 hours per year.

The problem now is that we have to realize that we have automated just about all human activity, including tertiary activity, which we felt could not be automated, and the time spent at work will have to go down another notch.

We can't say that people will no longer work, but they will have to do something else, find other activities that are demonitarized right now, if you will. There are all sorts of activities—notably in social assistance and education—that are not paid right now. We know the needs are out there. For instance, there are seniors who need to be kept at home, but we can't pay these people because there is no money.

And yet, the country has more and more wealth, so we said: "If we manage to find new means. . ." I'm getting into an almost philosophical speculation here, but there are people whor are examining these issues. If we manage to find new means to redistribute wealth, we may find the money to pay these people to do the work we need them to do. For instance, as I was saying, to keep senior citizens at home rather than put them in institutions or just abandoning them.

We will have to find a way to pay for these activities which, for the time being, have no monetary value even though we need them. We will have to find a way to pay people for doing these jobs.

This information highway of sorts is accelarating all the current social change processes. Here is where I agree with you. Whenever there has been some mutation, a new way is found to employ people. I don't think we'll have a society with 50% unemployment overnight. I don't believe that will be the case. Today, we have a very restrictive definition of an unemployed person or welfare recipient, and we have to change that. However, one thing is sure, people will do something. Otherwise it's the end of society.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Monsieur Graham, monsieur Gallaway, si vous n'avez pas de questions, je vais permettre à M. Solberg d'en poser une autre.

M. Solberg: Si vous me le permettez, j'aimerais poursuivre dans le même ordre d'idées.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): C'est très intéressant, mais je crois que certains d'entre nous avons d'autres obligations.

Allez–y avec une dernière question.

M. Solberg: D'accord.

[*Texte*]

Just along that line, what do you see as being the time line, then, for the full imposition of services, and what would you see as being the time line for some of the consequences that you've suggested may happen?

M. le Scouarnec: Il y a plusieurs niveaux de mise en oeuvre puisque, globalement, il y a trois cibles quant on parle d'autoroute. Il y a le grand public, il y a le gouvernement et il y a le secteur privé. Par exemple, si on parle d'autoroute de l'information entre entreprises privées pour gérer la relation entre les fournisseurs et les fabricants, elle est déjà en place dans beaucoup de cas.

On a vu des changements structurels assez importants, mais c'est un ajustement qui s'est relativement bien fait. Les emplois perdus ont été perdus. Il y a une perte nette qui est pratiquement irrécupérable. Il faut être conscient de cela. Traditionnellement, et on peut remonter au XII[e] siècle, quand les économies ont évolué avec de nouvelles technologies, qu'on pense à l'imprimerie, ensuite le transport, ensuite l'électronique, cela se passait sur des périodes de temps tellement longues, que oui, l'ajustement structurel se faisait de façon pas trop pénible.

Là, on va assister à un ajustement structurel très court dans le temps, et à un moment de l'histoire humaine où on se tourne toujours vers le gouvernement pour absorber les coûts de cette transition. Il y a des problèmes dans les aciéries canadiennes qui sont moins rentables. On fait des mises à pieds et dorénavant ces chômeurs devront vivre, dans le fond, de la générosité des autres Canadiens.

Lorsque l'on arrivera à des problèmes massifs causés par le changement du transport de l'information, dans une société de l'information—donc l'activité principale de notre société—ce sera presqu'impossible pour le gouvernement d'assumer ses fonctions traditionnelles de tampon pour absorber les nouveaux coûts structurels. Il faudra songer à des mécanismes pour équilibrer et, dans le moment, il y a très peu d'analyses qui—je ne sais pas s'il y en a vraiment de sérieuses qui existent—présentent un plan structurel pour évaluer ce problème.

[*Traduction*]

Pour en revenir à ce que nous disions, dans combien de temps pensez-vous que tous ces services seront disponibles, et dans combien de temps pouvons-nous nous attendre à voir les conséquences possibles que vous nous avez présentées?

M. le Scouarnec: There are several levels of implementation since globally there are three targets on the information highway. There is the general public, there is government and there is the private sector. For example, if you are talking about the information highway between private companies to handle the relations with their suppliers and manufacturers, it is already implemented in many cases.

We have already seen some rather major structural changes, but the adjustment has been relatively smooth. The jobs that were lost were lost. There is a net loss that probably cannot be regained. We have to remain aware of that. Traditionally, and one has just to go back to the 12th Century, when economies evolved with new technologies, such as printing, transportation, then electronics, to see that changes occurred over such long periods of time that yes, indeed, structural adjustment was not too difficult.

Here we're going to have a structural adjustment that will happen very quickly and at a point in human history where we always turn to government to absorb the cost of the transition. There are problems with canadian steelworks that are less profitable. There are lay-offs and in the future those unemployed people will basically have to live off the generosity of other Canadians.

When we are faced with massive problems caused by changes in the carriage of information, in a society where information is the main activity, it will be virtually impossible for the government to take on its traditional role as a buffer to absorb the new structural costs. We will have to think about mechanisms to restore the balance, and right now there are very few analysis that present a structural plan to evaluate the problem. I don't even know if any really serious study exists.

• 1735

M. Graham: J'ai une question. Je reviens à mon problème d'internationalisation.

On m'a dit que l'un des grands problèmes avec l'autoroute de l'information, c'est que le contenu de l'autoroute est énorme et qu'il y a beaucoup de contenu qui est tout à fait effrayant là-dedans.

Il y a des informations là-dedans qui, si elles étaient imprimées et distribuées au Canada, par exemple, seraient complètement contraire au Code criminel. Vous avez fait référence aux informations roses, à Paris avec le Minitel, mais il y a beaucoup plus que cela, des choses vraiment scandaleuses, dans l'autoroute de l'information.

Envisagez-vous la possibilité de nous protéger contre cela? Y aura-t-il une technologie qui pourra être développée pour nous protéger contre la diffusion d'informations qui, aujourd'hui, se heurtent franchement aux moeurs de beaucoup de gens, mais qui sont complètement incontrôlables?

M. le Scouarnec: Honnêtement, non.

M. Graham: Longue question, courte réponse.

Mr. Graham: I have a question. It has to do again with my concern about internationalization.

I was told that one of the major problems with the information highway is that its content is extremely broad and a lot of it is quite frightening.

Information can be found in that highway that if it were to be printed and distributed in Canada for example it would go against the Criminal code. You have mentioned "erotic information" in Paris with Minitel, but there is a lot more than that, there are things that are truly scandalous on the information highway.

Are you thinking of any way to protect ourselves against that type of information? Will a technology be created to protect us from the distribution of information that, today is really in conflict with the mores of a lot of people, but that is truly and totally uncontrollable?

Mr. le Scouarnec: To be quite honest, no.

Mr. Graham: Quite a short answer to a long question.

[*Text*]

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Il y a des gens qui attendent dans la salle. Vous pouvez continuer avec les deux témoins après la réunion, monsieur Graham.

Je tiens vraiment à vous remercier et, comme je l'ai dit au début, vous avez présenté un portrait balancé. Pour moi ce n'est pas utile, mais je pense que c'est dans cette direction que nous allons de toute façon.

Puis–je vous poser une petite question? Avez–vous fait part de votre mémoire au comité de monsieur Manley?

M. Rens: Non.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Je vous suggère fortement de le faire. Nous avons entendu plusieurs témoins et, selon moi, votre présentation était l'une des meilleures. Je crois parler pour la plupart des membres de ce Comité.

Auriez–vous une version anglaise de votre mémoire pour les membres du Comité qui en voudraient?

M. Rens: On se demandait si vous en aviez besoin en anglais. On pourrait le faire.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): J'ai reçu une demande d'un membre du Comité pour une copie en anglais de votre mémoire. Je pense que cela devrait être accessible pour tous les membres du Parlement.

M. Rens: On est tout à fait d'accord.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Est–ce facile pour vous? La greffière m'a informé qu'elle peut en assurer la traduction si cela vous pose un problème.

M. le Scouarnec: On laissera cela aux soins des services gouvernementaux. Ce n'est pas un problème.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): Ce n'est pas toujours la meilleure traduction, je dois vous le dire, mais cela est un autre problème.

M. le Scouarnec: Il y a également des contraintes de temps. On comptait vous remettre une copie «améliorée» parce que nous avons fini notre mémoire hier soir. Vous aurez un nouveau document, en français, disponible pour les membres du Comité et également pour la traduction éventuelle.

La vice–présidente (Mme Bakopanos): J'aimerais vous remercier. Bonne fin de soirée.

Merci à tous les membres du Comité.

[*Translation*]

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Some people are waiting in the room. You can continue this conversation with the two witnesses after the meeting, Mr. Graham.

I would like to thank you for appearing today and as I have mentioned earlier you have presented a truly balanced picture of the situation. These comments were not quite useful to me, but I think that this information highway is truly the way of the future.

Can I ask you a short question? Did you give this brief to Mr. Manley's committee?

Mr. Rens: No.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): I strongly suggest that you do so. We have heard several witnesses and I truly believe that your testimony was one of the best. I think I can say that on behalf of most of the committee members.

Do you have the English version of your brief for the members who want to have it?

Mr. Rens: We were wondering if you would need an English version. We could always get it translated.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): I've received the request for an English version of your brief from a member of the committee. I think that both versions should be available to all members of Parliament.

Mr. Rens: We quite agree.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Would that present a problem for you? The clerk has told me that she can have the brief translated if it should be easier for you.

Mr. le Scouarnec: We will therefore let government services take care of the translation. That's not a problem.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): It's not always the best translation I must tell you but that's another problem.

Mr. le Scouarnec: There is also the time factor. We wanted to give you an improved version because we only finished our brief last night. You will receive a new document, in French, that can be distributed to the members of the committee and it could eventually be translated.

The Vice–Chair (Mrs. Bakopanos): Thank you very much. Have a nice evening.

Thank you to all members of the committee.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid / Port payé
Lettermail / Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From Le Réseau de veille sur l'information et la communication:

Jean–Guy Rens, Member;

François–Pierre le Scouarnec, professeur de management international, École nationale de l'administration publique (ENAP).

From the Canadian Association of Broadcasters:

Michael McCabe, President and CEO;

Jane Logan, Vice–President, Radio;

Peter Miller, General Council.

TÉMOINS

Du Réseau de veille sur l'information et la communication:

Jean–Guy Rens, membre;

François–Pierre le Scouarnec, professeur de management international, École nationale de l'administration publique (ENAP).

De l'Association canadienne des radiodiffuseurs:

Michael McCabe, président et directeur général;

Jane Logan, vice–présidente, radio;

Peter Miller, directeur juridique.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Publications

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 23

Tuesday, June 21, 1994

Chairperson: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 23

Le mardi 21 juin 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a review of the programs and expenditure plans of the Canadian Broadcasting Corporation

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, un examen des programmes et plans de dépenses de la Société Radio–Canada

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

LIBRARY
University of Toronto

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chairperson: John Godfrey

Vice–Chairs: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Associate Members

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidentes: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Membres associés

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

TUESDAY, JUNE 21, 1994
(28)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 10:04 o'clock a.m. this day, in Room 308, West Block, the Chairman, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Eleni Bakopanos, Bonnie Brown, Jan Brown, John Cannis, Roger Gallaway, John Godfrey, Glen McKinnon, Louis Plamondon, Monte Solberg, Suzanne Tremblay.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: From the Canadian Broadcasting Corporation: Anthony S. Manera, President, Chief Executive Officer; Stephen Cotsman, Vice–President, Finance and Administration; Jim Byrd, Vice–President, English Television Networks; Michèle Fortin, Vice–President, French Television; Sheridan Scott, Vice–President, Planning and Regulatory Affairs.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee reviewed the programs and expenditure plans of the Canadian Broadcasting Corporation.

Anthony S. Manera made a statement and, with the other witnesses, answered questions.

At 12:10 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE MARDI 21 JUIN 1994
(28)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 10 h 04, dans la salle 308 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Eleni Bakopanos, Bonnie Brown, Jan Brown, John Cannis, Roger Gallaway, John Godfrey, Glen McKinnon, Louis Plamondon, Monte Solberg, Suzanne Tremblay.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: De la Société Radio–Canada: Anthony S. Manera, président, Directeur général; Stephen Cotsman, vice–président, Finances et administration; Jim Byrd, vice–président, Réseaux anglais de télévision; Michèle Fortin, vice–présidente, Télévision française; Sheridan Scott, vice–présidente, Planification et réglementation.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2), le Comité examine les programmes et plans de dépenses de la Société Radio–Canada.

Anthony S. Manera fait un exposé puis, avec les autres témoins, répond aux questions.

À 12 h 10, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Tuesday, June 21, 1994

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mardi 21 juin 1994

• 1005

The Chairman: I think under our rules we can start with three members in attendance as long as one of those members—in this case, two of them—is from an opposition party. We expect our colleagues to straggle in. They're not used to this particular room or this particular time. Other than that, everything's fine.

We want to welcome Mr. Manera and his colleagues back. We had a first session with him as part of the review of the Order in Council appointment, which made him at that time president of a corporation. He's now about to become acting chair, for which I guess we congratulate him and commiserate with him.

To remind members of the committee what we're up to today and to remind myself, it will be recalled that our original intention was to have the corporation in before the normal time for estimates had expired. That was more or less the end of May, but owing to a set of circumstances beyond our control, we could not do that.

Technically this is not a meeting on the estimates, because that time has come and gone, but we wanted to give our colleagues the chance to ask the questions they might have put had we done the estimates in the traditional time slot. That's one purpose of the meeting.

A second purpose of the meeting was to ask the corporation—and this will happen this afternoon—to help us as a committee better understand their view of where the new technologies are taking the world of broadcasting and how it's affecting their world. We began a kind of a pre–study, which has been called "Place of Culture on the Information Highway".

We began this exercise late in May, knowing that we would probably be given the task formally by the government in the fall of examining the mandate and the financing of the CBC in the multi–channel universe.

We wanted to give colleagues here a chance to pull back a bit, to get a better sense of where the technology is taking everybody—not just the CBC—what the impact on the marketplace would be of those technologies as they evolve, and once we had a better understanding of those technologies in the changing marketplace, to understand what the role of public policy is, whether it's regulation or subsidy of the sort we provide currently to the CBC, whether it has tax implications or whatever.

We wanted not to focus on the CBC initially. We wanted to focus on this question of technology in the marketplace. The witnesses we've had this month have really been looking more or less at those questions of technology and marketplace.

It's under that guise we have you here, first to catch up a bit on the financial side to give our colleagues a chance to ask you questions, and second to get your understanding of the impact of technology on the marketplace. We'll be doing that

Le président: Si je ne m'abuse, notre règlement nous permet d'ouvrir la séance si trois députés sont présents, à condition que l'un d'entre eux, et dans ce cas, c'est deux, soit d'un parti d'opposition. Nos collègues devraient arriver d'une minute à l'autre. Ils n'ont pas l'habitude de cette salle ni de cet horaire. À part ça, tout va bien.

Bienvenue à monsieur Manera et à ses collègues. Nous avons déjà eu une première séance avec lui à propos de sa nomination par décret à la présidence d'une société. Il est maintenant sur le point de devenir président du conseil d'administration par intérim, ce dont nous pouvons peut–être à la fois le féliciter et le plaindre.

Afin que nous sachions à peu près où nous en étions, on se souviendra que nous avions eu l'intention de recevoir la société avant la fin de la période prévue pour l'étude des prévisions budgétaires, ce qui tombait à peu près à la fin mai. Du fait de circonstances indépendantes de notre volonté, cela n'a pas été possible.

Techniquement parlant, il ne s'agit pas d'une séance sur les prévisions budgétaires car c'est trop tard, mais nous voulions donner à nos collègues l'occasion de poser les questions qu'ils vous auraient posées si nous l'avions fait dans les temps requis. Voilà donc une des raisons pour lesquelles nous tenons cette réunion.

Deuxièmement, nous voulions demander à la société—et c'est ce que nous ferons cet après–midi—d'aider le comité à mieux comprendre ce que signifient les nouvelles technologies pour le monde de la radiodiffusion et en quoi cela va toucher notre monde à chacun. Nous avons entamé un genre d'étude préalable que l'on a appelée «Place de la culture sur l'autoroute de l'information».

Cet exercice a débuté à la fin mai, sachant que nous serions probablement saisis par le gouvernement à l'automne de l'étude du mandat et du financement de la Société Radio–Canada dans un univers à canaux multiples.

Nous voulons ainsi que nos collègues puissent prendre un peu de recul, comprennent un peu mieux où nous emmène cette technologie—pas simplement la Société Radio–Canada. Nous voulons savoir quelle incidence elle aura sur le marché en évolution et, après cela, essayer de comprendre le rôle de la politique gouvernementale dans ce domaine, qu'il s'agisse de réglementation ou de subvention comme nous le faisons actuellement pour la Société Radio–Canada, et enfin voir si elle peut avoir des répercussions sur le plan de la fiscalité et sur d'autres plans.

Au départ, nous ne voulions pas nous limiter à la Société Radio–Canada. Nous voulions plutôt considérer la question de la technologie sur le marché. Les témoins que nous avons reçus ce mois–ci nous ont entretenus plus ou moins de ces questions de technologie et de marché.

C'est dans ce contexte que nous vous recevons aujourd'hui, d'une part pour donner à nos collègues la possibilité de vous poser certaines questions d'ordre financier, ce qu'ils n'ont pas eu la possibilité de faire encore et, deuxièmement, pour vous

[*Texte*]

this afternoon. The main work of the committee, which will be focusing on the mandate we've been given by the government, will begin in the fall. I suspect that before you collectively depart at noon today, we'll be asking you for some information or giving you an outline of the kinds of bits of information we'd like to be receiving.

It should be pointed out that we have now got from the minister three documents: the corporate plan summaries for 1992–93, 1993–94, and 1994–95, which came in just last night. That's a very helpful piece of information.

We'll be talking with you about how we might best proceed together.

I've gone on long enough. My colleagues have cleverly filled the room while I've talked.

I want to welcome back Mr. Manera and his team. I'll ask you, sir, without any further going on by me to introduce your team and to present your opening comments. Welcome back.

Mr. Anthony S. Manera (President, Chief Executive Officer, Canadian Broadcasting Corporation): *Merci Monsieur le président.* Hon. members, it's a pleasure to be here and to have the opportunity to answer your questions.

• 1010

My colleagues with me today are Mr. Jim Byrd, vice–president of English television;

à sa droite, M. Marcel Pépin, vice–président de la radio française;

Mr. Harold Redekopp, vice–president of English radio;

à ma gauche M^me^ Sheridan Scott, vice–présidente à la planification et réglementation; à côté, M^me^ Michèle Fortin, nouvelle vice–présidente de la télévision française depuis le 1^er^ juin;

and Steve Cotsman, who is vice–president of finance and administration.

We do have a number of other vice–presidents who, depending on the nature of the questions, can approach the table when areas related to their expertise are being addressed. We have

M. Charles Gendron, vice–président aux ressources humaines;

Mr. John Shewbridge, vice–president of corporate development and business affairs; Mr. Bob Pattillo, vice–president of communications; and Mr. Gerry Flaherty, vice–president of legal affairs and also secretary to the board of directors. We also have other staff, again depending on the nature of the questions.

Picking up on your comment, Mr. Chairman, I might be acting chairman in the next few days, although I suppose there's always a remote possibility that will not happen. But I'm still filling my old job of senior vice–president, so that will be three jobs. I draw the limit at watering the flowers. Three jobs is enough.

Mr. Chairman, you and your colleagues are the elected representatives of those who pay our bills, those who keep our business going and look for us on the dial every day. I cannot overemphasize how important I consider the task of establishing a positive working relationship with this committee now and for the future.

[*Traduction*]

demander ce que vous pensez de l'effet qu'aura cette technologie sur le marché. C'est ce que nous entendons faire cet après–midi. Le véritable travail du comité, qui s'inscrira dans le mandat que nous a confié le gouvernement, débutera à l'automne. Avant que vous ne vous en alliez à midi, nous vous demanderons certains renseignements ou nous vous indiquerons le genre de renseignements que nous aimerions obtenir.

Je vous signale que nous avons maintenant reçu du ministre trois documents: les résumés des plans d'entreprise pour 1992–1993, 1993–1994 et 1994–1995. Ils sont arrivés hier soir. Il s'agit là de documents très utiles.

Nous discuterons avec vous de la meilleure façon de procéder.

J'ai déjà trop parlé. Mes collègues sont arrivés pendant ce temps–là.

Bienvenue, donc, monsieur Manera et bienvenue à toute votre équipe. Je vous demanderai, si vous le voulez bien, de bien vouloir présenter les personnes qui vous accompagnent avant de faire vos observations liminaires. Nous sommes heureux de vous retrouver.

M. Anthony S. Manera (président, directeur général, Société Radio–Canada): *Thank you, Mr. Chairman.* Mesdames et messieurs les députés, je suis heureux d'être ici pour pouvoir répondre à vos questions.

Mes collègues sont aujourd'hui M. Jim Byrd, vice–président de la télévision anglaise;

on his right, Mr. Marcel Pépin, vice–president of French radio;

M. Harold Redekopp, vice–président de la radio anglaise;

on my left, Mrs. Sheridan Scott, vice–president, Planning and Regulations; next, Mrs. Michèle Fortin, new vice–president of French television since June 1;

et Steve Cotsman, vice–président aux finances et à l'administration.

Nous avons également un certain nombre d'autres vice–présidents qui, selon la nature de vos questions, pourront s'approcher de la table pour vous donner des réponses précises.

Mr. Charles Gendron, vice–president of human resources;

M. John Shewbridge, vice–président à l'expansion de l'entreprise et aux affaires commerciales; M. Bob Pattillo, vice–président aux communications, et M. Gerry Flaherty, vice–président au contentieux et également secrétaire du Conseil d'administration. Nous avons d'autres membres de notre personnel qui pourront éventuellement intervenir.

Comme vous le disiez, monsieur le président, je serai peut–être président par intérim du conseil d'administration dans les prochains jours bien qu'il soit toujours possible que cela ne se fasse pas. Toutefois, comme j'ai toujours mon ancien titre de premier vice–président, cela ferait trois titres. La seule chose que je ne fasse pas, c'est d'arroser les fleurs. Trois postes me suffisent.

Monsieur le président, vos collègues et vous–même êtes les représentants élus de ceux qui paient nos factures, de ceux qui nous maintiennent en activité et qui se branchent quotidiennement sur nos chaînes. Je n'insisterai jamais trop sur l'importance que j'attache à des relations de travail positives avec votre comité.

[*Text*]

Étant donné que la Société Radio–Canada est le radiodiffuseur public national, on lui demande souvent de décrire et parfois de défendre ses activités. Rien de plus normal pour une entreprise subventionnée par l'État, de la taille et de l'importance de la SRC.

Mais avant que je commence à traiter des questions précisément à l'étude aujourd'hui, permettez–moi de vous en décrire le contexte. Comme vous le savez, nous avons récemment comparu devant le CRTC pour solliciter le renouvellement des licences de nos réseaux de télévision. J'aimerais donc faire deux observations au sujet de l'audience publique du CRTC.

First, the commissioners and our CBC team had what diplomats call a frank and open exchange of views. While some of our exchanges were routine, others showed that people of goodwill can hold sharply divergent opinions about the CBC, about what the CBC can and should be doing, where it's headed and how it's responding to its mandate.

I dwell on this point because it sends a very important message. Canadians continue to feel passionately about the CBC and what it represents for Canada. What we felt from the commission and the public at that hearing was anything but indifference. Instead we felt care and concern mixed with a strong sense of confusion about what the future holds for our whole broadcasting system.

The second point I'd like to mention about our licence renewal, Mr. Chairman, has to do with the enormous complexity of our operations and the issues that surround the exercise of the CBC's mandate. Anyone who followed even parts of the licence renewal hearing will be well aware of how difficult it is to draw a simple picture of what we do, just in television for starters.

Permettez–moi de rappeler à tous, que nous exploitons deux réseaux généralistes de télévision, un dans chaque langue officielle, quatre réseaux de radio, le service spécialisé *Newsworld* que reçoivent maintenant plus de six millions de foyers canadiens, et le service du Nord, dans huit langues autochtones.

• 1015

Plus tard, cette année, nous lancerons trois nouveaux services diffusés par satellite. L'un d'eux est le réseau de l'information, le pendant en langue française de *Newsworld* qu'on nous réclamait depuis longtemps. RDI donnera enfin aux francophones dans leur propre langue, une perspective typiquement canadienne des événements nationaux et internationaux.

The other two, Trio and Newsworld International, represent the first time Canada will be exporting television services to our American neighbours rather than importing them.

In today's session and in those to come in the fall we will have ample time to examine the particulars of how the CBC serves Canadians. So if I dwell for a moment on why the CBC continues to be a vital part of our national culture, I hope you won't mistake that for a reluctance to discuss the difficult issues along with the simpler ones. When all is said and done, what we do as a public service broadcaster cannot and will not be done by anybody else. It certainly cannot be done by Canada's private commercial broadcasters, and I will say that in a critical way.

[*Translation*]

Since CBC is the national public broadcaster, it is often required to describe and sometimes to defend its activities. It is absolutely normal for a business which is subsidized by the government and which is as big and important as CBC.

Before I start dealing with the issues under consideration today, allow me to place them into context. As you probably know, we recently appeared before the CRTC to request the renewal of our television network licences. I would like to make two comments on the public hearings of the CRTC.

Tout d'abord, les commissaires et notre équipe de la SRC ont eu ce que les diplomates appellent un échange de vues franc et ouvert. Certaines des discussions étaient tout à fait usuelles, mais d'autres ont montré que des gens de bonne volonté peuvent avoir des avis totalement différents sur la SRC, sur ce qu'elle peut et doit faire, sur son avenir et sur la façon dont elle s'acquitte de son mandat.

J'insiste là–dessus parce que cela révèle quelque chose de très important. Les Canadiens continuent à tenir passionnément à la SRC et à ce qu'elle représente pour le Canada. Nous avons eu l'impression à entendre la commission et le grand public représenté à cette audience, que la société ne laissait personne indifférent. Nous avons senti que l'on tenait à la société et que l'on s'en préoccupait, mais que l'on ne savait absolument pas ce que l'avenir réservait à tout notre système de radiodiffusion.

La deuxième chose que je dirai à propos du renouvellement de nos licences concerne l'énorme complexité de nos opérations et des questions qui entourent l'exercice du mandat de la SRC. Quiconque a suivi même partiellement ces audiences saura combien il est difficile de brosser un tableau simple de ce que nous faisons, ne serait–ce qu'en matière de télévision.

Allow me to remind all of you that we operate two general interest television networks, one in each official language, four radio networks, the specialized service *Newsworld* which is now received by more than six million Canadian households and the Northern service, in eight native languages.

Later on this year, we will launch three new satellite services. One is the information network, the French–speaking equivalent of Newsworld that had long been called for. RDI will finally give francophones a typically Canadian perspective of national and international events in their own language.

Les deux autres, Trio et *Newsworld International* seront les premiers exemples d'exportation des services télévisés du Canada à nos voisins américains.

Au cours de la séance d'aujourd'hui et des séances que nous tiendrons à l'automne, nous aurons amplement le temps d'examiner les détails de la façon dont la SRC sert les Canadiens. Si j'insiste sur la raison pour laquelle la SRC continue d'être un élément vital de notre culture nationale, j'espère que vous ne penserez pas que c'est parce que je répugne à discuter des questions difficiles en même temps que de celles qui sont plus simples. En définitive, ce que nous faisons comme diffuseur public ne peut et ne sera fait par personne d'autre. Ce ne peut certainement pas être fait par des radiodiffuseurs privés canadiens et ce n'est pas une critique.

[*Texte*]

I'm just recognizing the realities. Our colleagues from the Canadian Association of Broadcasters put that very proposition to you in their testimony last week. Their members have their own role to play in the marketplace, but that role simply will never include providing broadcasting services to remote communities, especially in the far north, not just in English and French but in aboriginal languages as well.

In the same vein, their role will not include providing francophone listeners and viewers outside Quebec with virtually the only electronic media services in their language or producing and broadcasting a full range of high-quality Canadian television drama and other entertainment programming in prime time, programming that costs ten times as much to make here as the equivalent cost of buying programs from foreign suppliers.

This is not to mention having the best, most varied children's programming on television; being the national journalist of record and a standard-setter for the industry; drawing more Canadians to Canadian programming in prime time than all the others; and doing radio drama, documentaries and talent development in cross-cultural programming.

Monsieur le président, la liste pourrait s'allonger. Nos superbes réalisations en programmation, notre contribution à la culture canadienne et la consolidation de l'identité nationale sont au coeur même de notre mandat. Voilà la raison de l'existence de la Société Radio-Canada, et les caractéristiques en fonction desquelles il faudrait la juger.

Il ne faudrait pas croire, monsieur le président, que l'univers à 500 chaînes constituera d'une certaine façon la solution au problème fondamental du système canadien de radiodiffusion, à savoir la taille de notre marché.

Enfin, cela nous fait constater de façon plus aiguë que le Canada compte deux marchés linguistiques encore plus restreints, l'un de six ou sept millions de personnes et l'autre de vingt millions.

Les 500 chaînes qu'on nous promet, si elles se concrétisent, seront peut-être autosuffisantes lorsqu'il s'agira d'offrir des services modestes et hautement spécialisés à des amateurs de toutes sortes. Mais aucune télévision, dans un marché libre, ne peut se permettre financièrement d'offrir la variété et la qualité des programmations que propose la SRC et qu'un grand nombre de Canadiens tiennent maintenant pour acquis.

You know it costs money. And whether we like it or not, money continues to be a preoccupation for all of us at the corporation, for our friends, for our detractors and for this committee. The problem is that after a while the language of any discussion about our mandate and our future becomes a debased coinage. Year in and year out our audiences and the members of this committee are assaulted by talk of budget cuts, the need for stable funding, the concept of the billion-dollar corporation and the whole panoply of issues surrounding efficiency, productivity and relevance.

[*Traduction*]

C'est simplement reconnaître la réalité. Nos collègues de l'Association canadienne des radiodiffuseurs vous l'ont dit quand ils ont témoigné la semaine dernière. Les membres de cette association ont leur propre rôle à jouer sur le marché et celui-ci ne peut pas inclure les services aux localités isolées, en particulier dans le Grand Nord, non pas seulement en anglais et en français mais également dans les langues autochtones.

De même, leur rôle n'inclura pas d'offrir au public francophone en dehors du Québec pratiquement les seuls services médiatiques électroniques dans leur langue ni de réaliser et diffuser tout un éventail de dramatiques télévisées canadiennes de haute qualité et d'autres émissions de divertissement aux heures de grande écoute, émissions qui coûtent dix fois plus cher à réaliser ici que si l'on achetait ces émissions à des fournisseurs étrangers.

Sans parler du fait que nous avons la programmation télévisée pour enfants la meilleure et la plus variée; que nous sommes le reporter national et que nous fixons les normes du secteur; que nous attirons davantage de Canadiens vers la programmation canadienne aux heures de grande écoute que tous les autres et que nous présentons à la radio des dramatiques, des documentaires et une programmation interculturelle permettant le perfectionnement des talents.

Mr. Chairman, the list goes on and on. Our superb achievements in programming, our contribution to the Canadian culture and to the strengthening of a national identity are at the very heart of our mandate. This is the whole purpose of CBC and these is the characteristic on which the corporation should be assessed.

Let us not believe, Mr. Chairman, that the 500-channel world will in a way be the solution to the basic problem of the Canadian broadcasting system which is the size of our market.

Finally, we must recognize that Canada has two linguistic markets which are even smaller, one of six or seven million people and the other one of 20 million.

The 500 channels which have been promised, if they become a reality, might be self-sufficient to provide modest and very highly specialized services to all kinds of viewers. But no television, in a free market system, will be financially able to provide the diversity and the quality of the programming that CBC is providing and that a large number of Canadians are now taking for granted.

Comme vous savez, cela coûte cher. Et que cela nous plaise ou non, l'argent reste un problème pour nous tous au sein de la société, pour nos amis, pour nos ennemis et pour le comité. L'ennui, c'est qu'après un certain temps, toute discussion quant à notre mandat et à notre avenir revient à une question d'argent. Année après année, nos auditeurs et téléspectateurs et les membres du comité entendent parler de coupures budgétaires, de la nécessité d'un financement stable, du concept de la société au milliard de dollars et de toute la panoplie de questions relatives à l'efficacité, à la productivité et à la pertinence.

[*Text*]

[*Translation*]

• 1020

As I hinted a moment ago, one of our perennial problems is the profoundly mistaken impression that the CBC is just one very expensive television network, indeed the entirely erroneous assertion that the CBC spent "$1 billion a year of public money on television production", as was published in *The Globe and Mail* just yesterday.

Mr. Chairman, I taught for many years. One of the interesting things I learned when I taught is that if you correct a mistake your students make the first time, that's part of the learning process. If you have to correct it the second time, then you say maybe the student is a slow learner. If you have to correct it the third time, then the conclusion is the student doesn't want to learn.

Now, this mistaken impression that the CBC spends $1 billion per year on English television has been corrected not once, not twice, not three times, but dozens of times. So I have to conclude there are people out there who simply don't want to learn.

I've already outlined the many other things we do besides producing English television, even though, as I'll explain in a moment, English television is a real lightning rod for criticism. I think it's equally important for people to understand that our services operate in very different competitive environments. They simply cannot be judged by identical criteria.

Our radio services manage to win almost universal praise from Canadians for their excellence and their distinctiveness. Interestingly, CBC's radio services were repositioned—to use the current term—nearly 20 years ago when they shed commercials altogether and moved to a current version of block schedules. As we're all well aware, they haven't looked back.

À la télévision, la situation est différente. Pendant bien des années, nos émissions de langue française ont attiré une plus grande part de marché que leur contrepartie de langue anglaise. Cela ne veut pas dire qu'elles ne faisaient pas face à une solide concurrence, car quiconque connaît les rigueurs du marché québécois, sait de quoi je parle. Le fait est que le marché de la télévision anglaise est réellement féroce en comparaison.

Plusieurs raisons expliquent ces différences mais les deux plus importantes sont certainement le nombre relativement restreint des concurrents dans le marché francophone et la production que la langue elle-même offre par rapport à la programmation anglaise. Cela peut donc parfois sembler comme une attention démesurée accordée aux services anglais de télévision.

Ce service dessert un auditoire beaucoup plus vaste. Il est directement en concurrence avec tous les services canadiens en plus des gros canons du marché américain. Je veux dire par là non seulement les réseaux hertziens mais aussi la crème des services câblés, c'est-à-dire:

Arts and Entertainment, CNN, etc.

With your indulgence, Mr. Chairman, I'd like to pause for a moment over a few of the issues particularly related to our English television network. One view of English TV—and a distinctly oversimplified one, if I may say so—is that it's costly

Comme j'y ai fait allusion il y a un instant, un de nos problèmes de toujours est l'impression profondément erronée que la SRC est simplement un réseau de télévision très coûteux, en fait, l'affirmation entièrement erronée que la SRC dépense «1 milliard de dollars par an de fonds publics en productions télévisées», comme l'a publié le *Globe and Mail* juste hier.

Monsieur le président, j'ai enseigné pendant des années. Une des choses intéressantes que j'ai apprises en enseignant est que corriger une erreur que font les élèves la première fois, c'est normal, c'est ainsi qu'ils apprennent. S'il faut la corriger une deuxième fois, on a tendance à penser que l'élève a du mal à apprendre. Si c'est une troisième fois, il faut conclure que l'élève ne veut pas apprendre.

Alors, cette impression erronée que la SRC dépense 1 milliard de dollars par an à la production télévisée en anglais a été corrigée non pas une fois, non pas deux fois, non pas trois fois mais des dizaines de fois. Je dois donc conclure qu'il y a des gens qui tout simplement ne veulent pas apprendre.

J'ai déjà indiqué les nombreuses autres choses que nous faisons en plus de la production télévisée en anglais, même si, comme je l'expliquerai dans un instant, celle-ci semble immanquablement s'attirer les foudres des critiques. Il est également important que les gens comprennent que nos services sont offerts dans des contextes de concurrence très différents. On ne peut pas les juger en fonction des mêmes critères.

Nos services radiophoniques réussissent à être loués presque universellement par les Canadiens qui les jugent excellents et très différents. Ce qui est intéressant, c'est que les services radiophoniques de radio de la SRC ont été repositionnés—comme on dit actuellement—il y a environ 20 ans lorsqu'on a laissé entièrement tomber les publicités pour passer à des horaires groupés. Comme nous le savons tous, il ne semble pas qu'il y ait de regrets.

For television, the situation is different. For many years, our French language programs attracted a larger proportion of the market than their English counterpart. This doesn't mean that there was not a fierce competition since anyone who knows the difficulty of the Quebec market will be aware of what I'm talking about. The fact remains that comparatively speaking the English television market faces much more fierce competition.

Many reasons might explain these differences but there are two that really stand out and it is the relatively limited number of competitors in the French-speaking market and the production in that language compared to the English programming. So there may sometimes be too much attention paid to English television.

There are a lot more viewers. English television is competing directly with all Canadian networks as well as all the major American networks. I mean not only the hertzian networks, but also the best cable services, namely:

Arts and Entertainment, CNN, etc.

Si vous le permettez, monsieur le président, j'aimerais m'arrêter un instant sur certaines questions qui touchent particulièrement notre réseau de télévision anglais. Un point de vue que j'estime exagérément simplifié est que le service de

[*Texte*]

and seems to be losing audiences to other services. The irony is that it's precisely on English TV that we have achieved one of the great programming successes of the last few years: the Canadianization of prime time. The Canadianization of prime time, the prime time that really counts, from 7 p.m. to 11 p.m., has reached about 90% in the high fall and winter season and stands at some 86% across the year. I ask you to compare that to what the private broadcasting sector typically achieves in the same time slot, which is a mere 25%.

Mr. Chairman, in order to illustrate this point, we did an interesting exercise some time ago. We photocopied a couple of pages from the local *TV Guide* just to see what was running that night.

We picked Friday, March 12, 1993 at random. We saw that from 7 p.m. to 11 p.m. the CBC was offering figure skating world championships, *CBC Prime Time News*, and *Kids in the Hall*, all solidly Canadian, that is, 100%.

• 1025

We then looked at what CTV was offering during the same period. Please don't take my comments about CTV as being critical of what it's doing. If I were running CTV I would be doing exactly what it is doing; it's operating for a different purpose.

At 7 p.m. CTV was running *Wheel of Fortune*, which was also running on CBS, so CTV was basically simulcasting, which is an interesting technique for adding to your own audiences the audiences of the American network that's broadcasting the same programming, so that you can charge more for commercials. It's a perfectly legitimate activity, but that's what it's all about.

At 7:30 p.m. CTV was running *Jeopardy*, another American program simulcast from CBS. At 8 p.m it was running *Family Matters*, another American program simulcast on ABC. At 8:30 p.m. it was *Love and War*, another American program. At 9 p.m. *Dinosaurs* was being run, another American program. At 9:30 p.m. CTV was running *Where I Live*, another American program simulcast on ABC. From 10 p.m. to 11 p.m. *Picket Fences* was broadcast, another American program simulcast on CBS.

So from 7 p.m. to 11 p.m. on that particular night, there was 100% America programming, substantially simulcast. That's not the average for the year, but it gives you an indication of what happened on one typical night.

That, I think, demonstrates the difference in very clear terms. It's a pretty dramatic difference. Private broadcasters in this country essentially have no choice; they have to do what they're doing. They have to fill the heart of prime time with popular American programs to maximize their profits because profits are the name of the game, and that's a very legitimate activity. It is taxes on those profits that help pay for the CBC, so we're not being critical, but we're saying that it's a different driver.

[*Traduction*]

télévision anglais coûte cher et perd des téléspectateurs qui choisissent d'autres services. Ironiquement, c'est précisément à la télévision anglaise que nous avons obtenu l'un des grands succès de la programmation ces dernières années: la canadianisation des heures de grande écoute. Cette canadianisation des heures qui comptent vraiment, c'est-à-dire entre 19 heures et 23 heures, a atteint à peu près 90 p. 100 à la saison de plus grande écoute de l'automne et de l'hiver et, pour l'ensemble de l'année, atteint quelque 86 p. 100. Je vous demanderais de comparer cela à ce que le secteur de radiodiffusion privée atteint en général dans ce même créneau horaire, c'est-à-dire 25 p. 100.

Monsieur le président, pour vous expliquer un peu mieux les choses, nous avons il y a quelque temps procédé à un exercice intéressant. Nous avons photocopié quelques pages d'un *guide de télévision* local, simplement pour voir ce que l'on donnait ce soir-là.

Nous avons choisi le vendredi 12 mars 1993 au hasard. Nous avons ainsi constaté qu'entre 19 heures et 23 heures, la SRC offrait les championnats internationaux de patinage artistique, les nouvelles *CBC Prime Time News*, et *Kids in the Hall*, toutes des émissions absolument canadiennes, c'est-à-dire à 100 p. 100.

Nous avons alors examiné ce que proposait CTV au cours de la même période. Ne prenez pas mes remarques comme une critique de CTV. Si je dirigeais cette chaîne, je ferais exactement la même chose; elle a un objectif différent.

À 7 heures du soir, CTV passait *Wheel of Fortune*, qui passait aussi sur CBS, c'est-à-dire que CTV faisait en fait de la diffusion simultanée, une technique intéressante grâce à laquelle on ajoute son propre public à celui du réseau américain qui diffuse la même émission, ce qui permet de faire payer plus cher les publicités. C'est une activité parfaitement légitime, mais c'est de cela qu'il s'agit.

À 19h30, CTV passait *Jeopardy*, une autre émission américaine qui passait en même temps sur CBS. À 20 heures elle passait *Family Matters*, une autre émission américaine passant simultanément sur ABC. À 20h30, c'était *Love and* War, encore une émission américaine. À 21 heures on projetait *Dinosaurs*, toujours une émission américaine. À 21h30, CTV passait *Where I Live*, autre émission américaine passant simultanément sur ABC. De 22 heures à 23 heures c'était *Picket Fences*, toujours une émission américaine qui passait en même temps sur CBS.

Par conséquent, de 7 heures à 11 heures ce soir-là, il y avait une programmation à 100 p. 100 américaine avec des émissions pour la plupart en diffusion simultanée. Cela ne représente pas la moyenne pour l'année, mais cela vous donne une idée de ce qui se passe un soir typique.

Je pense que cela met clairement en évidence la différence. Elle est plutôt substantielle. Les radiodiffuseurs privés de ce pays n'ont pas vraiment le choix, ils ne peuvent pas faire autre chose. Ils sont obligés de passer des émissions américaines populaires aux heures de pointe pour avoir un maximum de rentrées, car le but est de gagner de l'argent, et c'est une activité tout à fait légitime. Ce sont les taxes imposées sur ces bénéfices qui permettent de financer Radio-Canada, donc nous ne critiquons pas cela, mais nous disons simplement qu'il s'agit de quelque chose de très différent.

[*Text*]

Remember that the most popular program in Canada for years, outside of sports, was *America's Funniest Home Videos*. We have a different role, and when the CRTC said it expected exceptional things in our prime time we delivered. We delivered because that's how we see our role and because these hon. members, such as yourselves and other parliamentarians, voted the funds to make that possible.

The Canadianization of prime time is a very costly endeavour. The good news is that it's been money well spent, achieving not only regulatory goals and creative goals, but also audience goals. We get more Canadians viewing the Canadian programs than all our competitors. We create a major prime time window for independent producers, who give us the kind of drama and next year variety that just won't turn up elsewhere.

The bad news is that it's essentially a zero–sum game. Exceeding our expectations in prime time meant that we fell short in some areas of the CRTC expectation for our daytime television programming. But that was a conscious policy decision our board made, to put our energy into prime time because that's where most of the audience is.

So, Mr. Chairman, the numbers tell a pretty clear story about Canadianization. The numbers are one thing, but how they're perceived and reported are another.

Everyone agrees that, be it radio or television, our responsibility is to provide Canadians with Canadian programs that inform, enlighten, and entertain. By definition, that means less American programming. Yet even as we have replaced American programming with more and better Canadian fare, our critics choose to ignore the good news and dwell on what they see as the bad news. I can't imagine a better example of the old adage about whether you see the glass as half empty or half full, except in our case the glass is 90% full.

If we were to eliminate every single minute of U.S. programming from the entire schedule would we win the battle? Would we become the good guys? Whatever the outcome, we'd still be faced with those seemingly insurmountable problems—problems, Mr. Chairman, that go right to the heart of the dilemma about the CBC's mandate.

The first problem concerns audience share. As my staff are very quick to remind me, understanding the ratings isn't quite as simple as it looks. Here again, the Canadianization of prime time provides an excellent example of just how deceiving appearances can be.

In global terms our English television audience has declined over the past few years. We can compare these figures with the audience share captured by other Canadian broadcasters. We can also speculate about what this overall trend portends for the future, but we don't have to speculate as to why this decline happened.

[*Translation*]

Souvenez–vous que pendant des années, l'émission la plus populaire au Canada en dehors des sports a été *America's Funniest Home Videos*. Nous avons un rôle différent, et quand le CRTC nous a dit qu'il souhaitait nous voir présenter quelque chose d'exceptionnel aux heures de grande écoute, nous l'avons fait. Nous l'avons fait parce que c'est comme cela que nous concevons notre rôle et parce que des députés comme vous et d'autres parlementaires ont voté des crédits suffisants pour cela.

La canadianisation des heures de grande écoute en soirée est extrêmement coûteuse. La bonne nouvelle, c'est que c'est de l'argent bien dépensé, qui permet non seulement d'atteindre les objectifs de la réglementation et les objectifs en matière de créativité, mais aussi les objectifs en termes de public. Nous avons un plus grand nombre de téléspectateurs pour nos émissions canadiennes que tous nos concurrents. Nous offrons un important créneau aux heures de pointe aux réalisateurs indépendants qui nous fournissent un genre d'émissions dramatiques et, l'année prochaine, d'émissions de variété qu'on ne trouve pas ailleurs.

La mauvaise nouvelle, c'est que ce que nous gagnons d'un côté nous le perdons de l'autre. Pour dépasser les attentes aux heures de pointe, nous sommes restés en deça de ce que le CRTC attendait de nous pour certaines émissions de télévision dans la journée. C'est une décision politique que notre conseil d'administration a prise délibérément: nous avons voulu mettre le paquet sur les heures de pointe de soirée car c'est là qu'on trouve l'essentiel du public.

Les chiffres donnent donc des indications très intéressantes sur la canadianisation, monsieur le président. Les chiffres, c'est une chose, mais la façon dont ils sont interprétés et présentés en est une autre.

Tout le monde convient que notre responsabilité, qu'il s'agisse de radio ou de télévision, consiste à proposer aux Canadiens des émissions canadiennes instructives et divertissantes. Par définition, cela veut dire moins d'émissions américaines. Pourtant, bien que nous proposions à la place des émissions américaines un plus grand nombre d'émissions canadiennes de meilleure qualité, nos critiques passent outre aux bonnes nouvelles et se contentent de parler des mauvaises. C'est l'histoire classique du verre qu'on voit à moitié vide ou à moitié plein, sauf que dans notre cas il est rempli aux neuf dixième.

Si nous devions supprimer intégralement les émissions américaines de toute notre grille, aurions–nous gagné la bataille? Deviendrions–nous les bons? Quelle que soit l'issue, il y aurait toujours ces problèmes apparemment insurmontables, des problèmes, monsieur le président, qui vont au coeur du dilemme du mandat de la SRC.

Le premier problème concerne la part d'écoute. Comme mes collaborateurs ne manquent pas de me le faire remarquer, les cotes d'écoute ne sont pas aussi simples à interpréter qu'il y paraît. Là encore, la canadianisation des émissions aux heures de pointe est un exemple qui illustre parfaitement à quel point les apparences peuvent être trompeuses.

Globalement, notre cote d'écoute auprès du public anglophone a baissé ces dernières années. Nous pouvons comparer ces chiffres à l'accroissement de la cote d'écoute des autres radiodiffuseurs canadiens. Nous pouvons aussi spéculer sur ce que cette tendance générale nous réserve à l'avenir, mais nous n'avons pas à spéculer sur les raisons de ce déclin.

[*Texte*]

[*Traduction*]

• 1030

First, it happened because we replaced popular American programs with popular Canadian ones. In other words, it happened because we were carrying out our mandate. At the same time, we lost ground to several new specialty services that were licensed by the CRTC and composed largely of American programming.

En premier lieu, il s'est produit parce que nous avons remplacé des émissions américaines populaires par des émissions canadiennes populaires, autrement dit parce que nous avons exécuté notre mandat. En même temps, nous nous sommes fait grignoter des téléspectateurs par plusieurs nouveaux services spécialisés auxquels le CRTC a octroyé une licence et qui proposent essentiellement des émissions américaines.

The fact is that if you look at the audiences for Canadian programming rather than at the schedule as a whole, you get a different picture about how well English television has been doing. We'd like to do even better and we are talking about only one example. The point is that success is relative and that relative to the goal of drawing more Canadians to quality Canadian programs, we're doing rather well.

En fait, si vous examinez le public des émissions canadiennes plutôt que la grille dans son ensemble, vous aurez une tout autre image du succès de la télévision anglaise. Nous souhaiterions faire encore mieux et nous ne parlons que d'un exemple. Il reste que le succès est relatif et que relativement à notre objectif qui est d'amener un plus grand nombre de Canadiens à regarder des émissions canadiennes de qualité, notre performance n'est pas mauvaise du tout.

I mentioned a moment ago that we continue to face another seemingly insurmountable problem, and that's advertising on our television services. Actually, it's more like a catch–22 as far as English television is concerned. If we didn't continue to replace American programming with Canadian material, we wouldn't be doing our job. But as we do so, we inevitably experience a decline in advertising revenue.

Je viens de vous dire que nous avons toujours un problème apparemment insurmontable, c'est celui de la publicité sur nos chaînes de télévision. En fait, c'est la quadrature du cercle pour la télévision anglaise. Si nous ne continuions pas à remplacer des émissions américaines par des émissions canadiennes, nous ne ferions pas notre travail. Mais en le faisant, nous réduisons inexorablement nos recettes publicitaires.

Combined with the government's policy of not making up for inflation in agency budgets, we find the CBC has suffered a significant loss in purchasing power over the last 10 years. Again, a great deal has been written on this with people using statistics every way they can to try and demonstrate otherwise. The reality is that if you look at the total resources available to the corporation in 1984–85 and if you look again in 1994–95, 10 years later, and adjust for inflation, you'll find we have lost purchasing power of $130 billion.

Comme le gouvernement de son côté a pour politique de ne pas compenser les pertes dues à l'inflation dans nos budgets, nous constatons que le pouvoir d'achat de la SRC a considérablement diminué depuis 10 ans. Là encore, on a jonglé avec les statistiques pour essayer de prouver le contraire. En réalité, si vous comparez les ressources totales dont disposait la société en 1984–1985 à celles dont elle dispose en 1994–1995, 10 ans après, en tenant compte de l'inflation, vous constaterez que nous avons perdu un pouvoir d'achat de 130 milliards de dollars.

You will also find we have cut staff by 3,000 permanent employees. We didn't do that because we like to reduce staff, or because we enjoy putting people on the street. We did it because we had to in order to balance the budget. That's the reality.

Vous constaterez aussi que nous avons supprimé 3 000 postes permanents. Nous ne l'avons pas fait pour le plaisir de licencier du personnel, mais parce qu'il fallait le faire pour équilibrer le budget, tout simplement.

Il y a aussi un autre aspect à cette question. Bien des Canadiens croient fermement que tous nos services devraient, comme nos services radiophoniques, être diffusés sans aucune publicité. L'ironie veut pourtant que nos chances de tirer davantage de revenus publicitaires augmentent au fur et à mesure que notre programmation canadienne devient plus solide et intéressante.

There is another aspect to that question. Many Canadians firmly believe that all our TV services should, like our radio services, be broadcast without any advertising at all. The irony however is that our chances to get more advertising revenues increase as our Canadian programming become stronger and more interesting.

Lors du lancement récent de notre grille d'automne à Toronto, nous avons présenté toute une brochette de nouvelles émissions sensationnelles. Il y en a pour des auditoires spécialisés, des auditoires populaires, et une bonne partie de ces émissions pourraient dégager de bonnes recettes publicitaires. Du côté français, nos collègues prévoient une grille toute aussi attrayante.

Recently, when we launched our fall schedule in Toronto, we introduced a whole range of smashing new programs. Some are specialty programs, others popular programs, and quite a few of those programs could bring in a fair amount of advertising revenue. Our colleagues on the French network also expect to have a schedule which will be just as appealing.

J'aimerais ici préciser que mon personnel a effectué une analyse poussée des questions financières. Actuellement, cela coûte plus cher de produire des émissions canadiennes valables que d'acheter les droits de diffusion des émissions étrangères comparables, qu'elles soient françaises, britanniques ou américaines. Nous avons examiné nos coûts comparativement à l'équivalent chez CTV, et je suis convaincu que nous appartenons à la même ligue. De même, nous avons comparé

I would mention here that my staff have made a thorough study of financial matters. It is presently more expensive to produce decent Canadian programs than to purchase broadcasting rights for similar foreign programs, whether they come from France, Britain or the United States. We have compared our costs with the costs of similar programs at CTV, and I firmly believe that we are in the same league. Similarly, we compared the costs of our home–made programs with the

[*Text*]

les coûts de nos productions internes par rapport à ceux de productions indépendantes, et ici encore, ils sont du même ordre.

So, Mr. Chairman, our dilemma is this: even if we succeed in making all our services uniquely and distinctly Canadian, even if we succeed in maintaining good audience levels for the Canadian programming we put on air, even if we succeed in closing the revenue gap caused by the replacement of foreign programming and succeed in holding the line on program costs, even if we achieve all these things, we are left at the end of the day with that vexing question: should we get rid of commercials, and if so, how? How do we replace $300 million, nearly one–quarter of our budget, at a time of fiscal restraint?

As you know, Mr. Chairman, the CBC is faced with a prospect of a further round of budget reductions amounting to $100 million. Yes, they have been extended over a long period, but they're still there. Taken together with the cumulative effects of the lack of inflationary funding, cost increases over which we have no control and a generally slow economy, we are looking to make or save an additional $180 million during the next four years. Under the repositioning initiative introduced by Gérard Veilleux, my predecessor, CBC management worked assiduously to make the corporation more efficient, productive and in tune with the times.

[*Translation*]

costs of programs made by independent producers, and there again, we are in the same ballpark.

Voici donc notre dilemme, monsieur le président: même si nous réussissons à proposer aux téléspectateurs une programmation exclusivement canadienne, même si nous réussissons à maintenir une bonne cote d'écoute pour les émissions canadiennes que nous diffusons, même si nous réussissons à combler le manque à gagner publicitaire entraîné par le remplacement des émissions étrangères et si nous parvenons à éviter une augmentation des coûts des émissions, même si nous réussissons à faire tout cela, nous serons toujours confrontés à cette question cruciale: faut–il supprimer la publicité et, dans l'affirmative, comment? Comment remplacer 300 millions de dollars, près du quart de notre budget, en période de compressions budgétaires?

Comme vous le savez, monsieur le président, la SRC est confrontée à la perspective d'une nouvelle série de réductions budgétaires d'un montant de 100 millions de dollars. Certes, ces réductions sont étalées sur une longue période, mais elles n'en existent pas moins. Si l'on ajoute à cela les effets cumulatifs de l'inflation qui n'est pas compensée, des augmentations indépendantes de notre volonté et une économie dans l'ensemble morose, c'est 180 millions de dollars supplémentaires que nous allons devoir gagner ou économiser au cours des quatre prochaines années. Dans le cadre de l'initiative de repositionnement lancée par mon prédécesseur Gérard Veilleux, la direction de la SRC a travaillé d'arrache–pied à rendre la société plus efficace, plus productive et plus conforme à la réalité contemporaine.

• 1035

In a moment I want to launch a discussion on the whole question of diversifying our revenue base. I hope we can begin a fruitful dialogue in anticipation of the financial review this committee is charged with undertaking in the fall of this year. We welcome all your advice and analysis.

Mais auparavant, j'aimerais rappeller aux membres du Comité que nous avons fait beaucoup de progrès au chapître des coûts. Je sais que nous ne pouvons jamais convaincre tout le monde que nous avons coupé tout l'excès de gras, ou que nous avons trouvé la véritable formule pour accroître la productivité. Pourtant, laissez–moi vous faire part des observations que j'ai faites devant le CRTC en mars. Lorsque nous avons entrepris la licence actuelle, notre gestion comprenait un trop grand nombre de paliers pour permettre une prise de décision efficace. En outre, notre structure de négociation collective manquait plutôt de souplesse, et était en train de devenir un obstacle au moment où la technologie nous forçait à éliminer, à modifier ou à combiner un nombre croissant de fonctions.

Pourtant, nous avons brisé ces deux entraves. Au niveau de la gestion, nous avons applani et simplifié notre structure organisationnelle, en révisant le nombre de paliers et en réduisant la proportion entre les postes de soutien et les effectifs de la programmation. Depuis, nos principaux groupes de médias ne comptent pas plus que trois paliers entre la haute direction et l'exploitation. Les secteurs de soutien n'ont pas plus de deux paliers.

Dans quelques instants, j'aimerais lancer la discussion sur toute la question de la diversification de notre assiette de revenus. J'espère que nous pourrons entamer un dialogue fructueux dans la perspective de l'examen de nos finances que le comité doit entreprendre cet automne. Tous vos conseils et vos analyses seront les bienvenus.

But before doing so, I would like to remind the committee members that we have made considerable progress in terms of costs. I know that we cannot expect to convince everyone that we have cut off all the excess fat, or that we have found the real formula to increase productivity. Allow me however to repeat here what I said to the CRTC last March. When we got underway with our present licence, our decision–making ability was hindered by an excessive number of management levels. Also, our collective bargaining structure was rather cumbersome and was becoming a barrier at a time when technology increasingly forced us to cut, alter or combine functions.

We did however overcome those two obstacles. Regarding management, we streamlined and simplified our organizational structure by changing the number of levels and reducing the ratio of support positions to programming staff. As a result, our major media groups involve a maximum of three levels between senior management and operational staff. In the management areas, there is a maximum of two levels.

[*Texte*]

Du côté des relations industrielles, le Conseil canadien des relations du travail nous a aidé à simplifier et à moderniser notre vieille structure, et nous sommes en train de créer un nouveau cadre d'exploitation fondé sur cette nouvelle structure. Ces changements organisationnels devraient nous permettre de nous adapter plus rapidement à l'évolution du paysage audiovisuel, tout en misant sur la collaboration du personnel.

All of the administrative changes I've outlined are part of a continual process of improvement within the corporation. We would be pleased to share the results of our progress with this committee as events unfold.

It is clearly on the revenue side where the real challenges lie. We hope to address these challenges from three different perspectives: potential budget shortfalls, stable multi-year funding and alternative revenue sources that will eventually allow us to reduce our dependence on advertising.

Mr. Chairman, that we are not currently fully exploiting the potential for advertising revenue. If we were not to impose any restrictions on ourselves in terms of maximizing commercial revenue, we could bring in substantial additional revenue. However, that would be to the detriment of our public service mandate and would also elicit strong negative reactions from private broadcasters. We could do it, but it would be the easy way out. We're not pursuing that, but it would be an easy way out.

We believe, as many Canadians do, that there is a need for a national public broadcaster. In fact that need has never been greater, but it will take a number of steps to help ensure that the CBC has a viable future. I suggest that the following four are among the most important.

First, we all recognize that the marketplace will not on its own support a critical mass of truly Canadian radio and television programming made available to large numbers of Canadian listeners and viewers. That is a simple, logical consequence of the economics of television and radio programming in a market like Canada.

Second, there must be wide exposure on the airwaves for Canadian writers, performers, directors and others so that our talent base can continue to develop and flourish. These programs don't happen because some bureaucrat puts in a purchase order that says give me a program that excites the imagination, they happen because we work hard at developing the talent. We work hard at providing an opportunity for our creators, artists, poets and singers to express themselves, to find opportunities to display that talent. Without those opportunities the talent will not develop. All the money in the world, all the policy in the world, all the legislation in the world is not going to do it.

• 1040

Third, the government must provide a meaningful acknowledgement of the value to Canada of having a national public broadcaster and be prepared to back its commitment with the appropriate resources.

[*Traduction*]

In terms of labour relations, the Canadian Labour Relations Board helped us streamline and modernize our old structure and we are designing a new operational framework based on that new structure. These organizational changes should help us adapt more quickly to the changing reality of the audio-visual world and rely at the same time on staff cooperation.

Toutes ces modifications administratives que je viens de vous esquisser s'inscrivent dans le contexte d'un effort constant d'amélioration de la société. Nous nous ferons un plaisir de tenir votre comité au courant de nos progrès au fil des événements.

C'est manifestement du côté des recettes que se présentent les vrais défis. Nous espérons les relever sous trois angles différents: les manques à gagner budgétaires potentiels, la stabilité du financement pluriannuel et les nouvelles sources de recettes qui pourraient nous permettre de moins dépendre de la publicité.

Monsieur le président, nous n'exploitons pas pleinement le potentiel de recettes publicitaires dont nous disposons actuellement. Si nous ne devions pas nous limiter et si nous pouvions exploiter au maximum nos recettes commerciales potentielles, nous pourrions avoir des rentrées nettement supérieures. Toutefois, cela se ferait au détriment de notre mandat de service public et cela provoquerait aussi de violentes réactions chez les radiodiffuseurs indépendants. Nous pourrions le faire, mais ça serait la solution de facilité. Nous ne le faisons pas, mais ce serait une solution facile.

À l'instar de nombreux Canadiens, nous sommes convaincus de la nécessité d'avoir un radiodiffuseur public national. En fait, ce besoin n'a jamais été plus grand, mais il faudra prendre un certain nombre de mesures pour assurer la viabilité de la SRC à l'avenir. À mon avis, les quatre mesures suivantes sont parmi les plus importantes.

Premièrement, nous admettons tous que nous n'avons pas une masse critique suffisante pour proposer au grand public canadien des émissions de radio et de télévision authentiquement canadiennes. C'est la conséquence élémentaire et logique des données économiques de la réalisation d'émissions de radio et de télévision dans un pays comme le Canada.

Deuxièmement, il faut ouvrir largement nos ondes aux écrivains, gens du spectacle, réalisateurs et autres Canadiens pour permettre à ces talents canadiens de continuer à se développer et à s'épanouir. Ces émissions n'apparaissent pas parce qu'un fonctionnaire quelconque passe une commande d'émissions stimulantes pour l'imagination, elles apparaissent parce que nous faisons un gros effort pour mettre en valeur ces talents. Nous faisons un gros effort pour fournir à nos créateurs, artistes, poètes et chanteurs, l'occasion de s'exprimer, de manifester leurs talents. Si nous ne leur donnons pas ces occasions, ces talents ne se développeront pas. Tout l'argent du monde, toutes les politiques du monde, toutes les lois du monde n'y pourront rien.

Troisièmement, il faut que le gouvernement affirme clairement l'utilité d'un radiodiffuseur public national pour le Canada et soit prêt à confirmer son engagement par des ressources appropriées.

[*Text*]

Fourth, the CBC must take a fresh, aggressive and non–traditional approach to the way that our programs are made and distributed. As we will be discussing in the afternoon session, this means planning very carefully for technological change in particular.

To back up the CBC's willingness to reinvent itself for the 21st century, I would like to table a commitment on behalf of the corporation. In order to make our own significant contribution to a prosperous future, we are prepared to find $2 in cost savings for every single dollar of new revenue that this committee will help us identify in our working session this fall.

Given that our shortfall over the next four years is $180 million, that means we are committing ourselves to finding $120 million—solutions to that shortfall through our own internal economies. That's a lot, Mr. Chairman.

In conclusion, I hope these introductory remarks have achieved their purpose of helping you and your colleagues in the challenging work that lies ahead. I'm sure you have many questions, so we will be more than pleased to respond as best we can. Thank you for this opportunity to put our views on the public record.

The Chairman: Thank you, Mr. Manera. Given the fact that we have about an hour and twenty minutes,

je commence tout de suite avec M^me^ Tremblay pour une dizaine de minutes.

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Merci monsieur le président. Bonjour monsieur Manera, bonjour messieurs, mesdames. Félicitations à madame Fortin et bonne santé à monsieur Manera. J'espère que vous êtes bien remis.

Il est bien évident qu'il y a beaucoup de questions. Vous avez vu qu'on nous a remis les documents qui nous auront été utiles pour en préparer certaines. Mais je me suis intéressée particulièrement, depuis votre passage ici, au 180 millions de dollars que vous devez récupérer d'ici 4 ans, et aussi au *Toronto Broadcasting Centre*. Je pense que vous étiez vice–président à cette époque–là et j'aimerais beaucoup avoir votre version des évènements, parce que j'ai eu beaucoup de difficulté à reconstituer toutes les pièces de ce fameux centre.

Entre autres, selon le quotidien *The Financial Times*, cela coûterait trois fois plus cher de se loger à cet endroit–là que dans les vingtaines de locaux que vous aviez avant. Le projet a été autorisé en 1988. Vous vous êtes porté garant d'un prêt à Cadillac Fairview de 800 millions de dollars. Vous deviez verser un loyer de 28,5 millions de dollars la première année, 31 millions de dollars la deuxième année et il paraît que ce loyer continue d'augmenter. On dit même que vous avez dû verser 58 millions de dollars à l'avance pour contenir des coûts d'intérêt, et que vous avez accepté de garantir un emprunt à Bramalea Limited, alors qu'ils viennent de perdre 1 milliard de dollars en 1992. Alors, est–ce que vous pourriez me mettre au parfum de ce qui se passe au *Toronto Broadcasting Centre* s'il vous plaît?

M. Manera: Oui. Je vais demander à monsieur Cotsman, notre vice–président aux finances, d'élaborer davantage. Mais avant qu'il le fasse j'aimerais vous présenter tout cela.

[*Translation*]

Quatrièmement, la SRC doit revoir la réalisation et la distribution de ses émissions dans une optique nouvelle, dynamique et non traditionnelle. Comme nous le dirons cet après–midi, cela veut dire qu'il faut planifier avec le plus grand soin l'évolution technologique en particulier.

À l'appui de cette volonté de la SRC de se ressourcer pour le XXI^e^ siècle, j'aimerais vous présenter une engagement au nom de la société. Pour faire notre propre part importante en vue d'un avenir prospère, nous sommes prêts à trouver 2$ d'économies pour chaque 1$ de nouvelles recettes que le comité nous permettra de trouver lors de notre exercice cet automne.

Sachant que nous aurons un manque à gagner de 180 millions de dollars pour les quatre prochaines années, cela veut dire que nous nous engageons à trouver 120 millions de dollars pour compenser ce manque à gagner par des économies internes. C'est considérable, monsieur le président.

En conclusion, j'espère que ces remarques d'introduction ont atteint leur objectif qui était de vous aider ainsi que vos collègues à affronter la lourde tâche qui vous attend. Je suis sûr que vous avez de nombreuses questions à nous poser, et nous nous ferons donc un plaisir d'y répondre du mieux possible. Merci de nous avoir donné cette occasion de formuler notre position.

Le président: Merci, monsieur Manera. Puisque nous avons une heure et 20 minutes,

I will begin with Mrs. Tremblay for about 10 minutes.

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Thank you, Mr. Chairman. Good morning, Mr. Manera, good morning ladies and gentlemen. Congratulations, Mrs. Fortin. I hope you have fully recovered, Mr. Manera.

Indeed, we have a lot of questions. You saw that we were given background papers which have been useful to prepare some of those questions. Of particular interest to me, since you met with us, was this $180 million which you will have to find within four years, and also the Toronto Broadcasting Center. I believe you were the vice–chairman at the time, and I would very much like to have your view of those events because I have found it very difficult to put together all the pieces of the puzzle of that famous center.

In particular, according to *The Financial Times*, accommodation costs would be three times higher in that center than in the 20–odd facilities which you had before. The project was authorized in 1988. You provided a loan guarantee of $800 million to Cadillac Fairview. You were to pay a $28.5 million rent for the first year, $31 million the second year and that rent appears to keep rising. They even say that you had to pay $58 million in advance to keep interest costs from rising, and that you accepted to provide a loan guarantee to Bramalea Limited while they just lost $1 billion in 1992. So, would you mind giving me the picture on what has been happening with the Toronto Broadcasting Center?

Mr. Manera: Yes. I will ask Mr. Cotsman, our vice–president of finance, to elaborate. But before he does, I would like to give you an overall view.

[*Texte*]

Comme vous venez de le dire, nos opérations à Toronto ont été étendues un peu à travers la ville, dans 26 ou 28 endroits, et après quelques années, la Société avait réussi à consolider ses opérations à Montréal, dans les années soixante-dix, à Regina, et à Vancouver. Mais à Toronto, pour une raison ou une autre, il semblait presqu'impossible de trouver la solution idéale.

La Société avait acheté un terrain au centre-ville qui avait augmenté de valeur durant les années quatre-vingt-cinq-quatre-vingt-six et par l'entremise d'une entente très novatrice avec Cadillac Fairview, nous avions réussi à obtenir des concessions de la ville de Toronto, qui nous ont permis de bâtir notre édifice et développer le reste du site à des fins commerciales, soit pour des résidences ou des édifices de bureaux.

• 1045

À l'époque, en 1988, quand nous avons négocié toutes ces ententes avec Cadillac, Bramalea, et d'autres firmes, l'environnement était très positif, comme vous le savez. Il y avait beaucoup de constructions, et les prix montaient en flèche à Toronto. Donc il y avait une espèce d'environnement très positif, et on a négocié de très bonnes ententes. Mais durant les années suivantes, le marché immobilier a beaucoup chuté, l'environnement a changé, et nous avons dû composer avec ces changements. Et je pense qu'on a très bien composé, parce que dans l'exemple que vous avez cité à propos de Bramalea, ils nous ont enfin payé un montant très élevé, et nous avons retiré les droits. Donc la Société garde toujours les droits qu'ils avaient achetés, mais ils ont perdu beaucoup d'argent avec nous. L'argent est à la banque, et nous aurons la possibilité de faire le marketing du site lorsque le marché deviendra plus propice.

Je pense donc qu'on a composé avec des problèmes qui étaient hors de notre contrôle. Le fait est que la construction a été complétée en temps voulu et dans les limites du budget prévu, et que nos prévisions pour l'avenir sont toujours du même ordre que les prévisions de 1988. Il y a eu des plus et il y a eu des moins, mais grosso modo, on envisage toujours des coûts qui sont plus ou moins du même ordre.

Steve, I think you can probably elaborate on that.

Le président: Avant de procéder à une réponse encore plus ample, je voudrais demander à M^me^ Tremblay si ça suffit, ou si elle désire que M. Cotsman poursuive la question.

Mme Tremblay: J'aimerais qu'il poursuive.

Le président: D'accord. Allez-y.

Mr. Stephen Cotsman (Vice-President, Finance and Administration, Canadian Broadcasting Corporation): Thank you, Mr. Chairman. Maybe I could put a few more facts on the table to expand on Mr. Manera's answer.

When the project was approved in 1988, the public number was that the net cost of the project would be $381 million. The current number on the record is that we're at $445 million, but against that $445 million we have some future potential offsets.

One is the remarketing of the site that Mr. Manera referred to, the residential site, which was at one time purchased by Bramalea. Because of their financial difficulties, we have retaken possession. At some point when the real estate market improves in Toronto, we will remarket it and it will become an offset to that cost.

[*Traduction*]

As you just said, our operations in Toronto have been scattered all over the place in 26 or 28 different locations, and after a few years, the corporation had managed to consolidate its operations in Montreal, in the 70s, as well as in Regina and in Vancouver. However, for some reason, it seemed almost impossible to find the perfect solution in Toronto.

The corporation had purchased a lot in downtown Toronto and the value of that lot had increased during the years 1985-86. Through an innovative agreement with Cadillac Fairview, we were able to obtain concessions from the City of Toronto which helped us build our building and develop the rest of the site for business purposes, either housing compounds or office buildings.

In those days, in 1988, when we negotiated all those agreements with Cadillac, Bramalea and other corporations, the environment was very positive as you know. Buildings went up everywhere and prices skyrocketed in Toronto. So, there was a very positive environment and we negotiated some very good deals. However, in the following years, the real estate market collapsed, the environment changed and we've had to cope with those changes. I believe we coped very well indeed because, if we take the example you mentioned about Bramalea, they finally paid us a very high amount and we withdrew the rights. The corporation therefore keeps all the rights that they had purchased from us, but they lost a lot of money to us. That money is in the bank, and we will be able to market that site when the market is more favourable.

I believe therefore that we coped with problems that were beyond our control. The fact is that the center was built within the expected time and budget frames, and that our outlook for the future is still along the same lines as in 1988. There have been some ups and downs, but on the whole we are looking at costs in the same ballpark.

Steve, je pense que vous pourriez développer cela.

The Chairman: Before you elaborate, I would ask Mrs. Tremblay if she is satisfied with that answer or if she wishes Mr. Cotsman to elaborate.

Mrs. Tremblay: I would like him to carry on.

The Chairman: OK. Go ahead.

M. Stephen Cotsman (vice-président, Finances et administration, Société Radio-Canada): Merci, monsieur le président. Peut-être pourrais-je ajouter quelques faits à la réponse que vient de vous donner M. Manera.

Quand le projet a été approuvé en 1988, le coût public annoncé devait être de 381 millions de dollars. À l'heure actuelle, nous en sommes officiellement à 445 millions de dollars, mais face à ce coût nous avons des compensations futures potentielles.

Il y a notamment la remise sur le marché du site dont M. Manera a parlé, le site résidentiel, qui avait été à une époque acheté par Bramalea. En raison des difficultés financières de cette société, nous avons récupéré le site. Le jour où le marché de l'immobilier reprendra à Toronto, nous le remettrons sur le marché et cela nous permettra de compenser le coût que je viens de mentionner.

[*Text*]

As well, as part of the settlement with Bramalea we did receive a number of shares; I think that's what you were referring to. As I said, this was part of the settlement. We're holding the shares. It's our intention over time to dispose of those shares. That also will go to reduce the overall cost of the project.

The other point was a favourable point, but that's rapidly diminishing. That's the fact that the interest rates even today are lower than they were in the forecast that was prepared in 1988. As I say, though, that's a diminishing favourable circumstance, because as you're probably aware the interest rates have been going up in the last couple of months. It is entirely possible that when we have the remarketing of the site, we sell our shares in Bramalea, and permanent financing is arranged for the project, we will be back within the $381 million.

You also mentioned that the corporation has advanced a certain amount of money to Cadillac Fairview. I think you quoted $58 million. The number now is higher. It's over $60 million now. This is predominantly by far simply revenue that we're receiving on the balance of the site; it's either Cadillac Fairview paying us rent or the other owners paying us rent for the other land on the site.

[*Translation*]

D'autre part, dans le cadre de notre règlement avec Bramalea, nous avons récupéré un certain nombre d'actions; je crois que c'est de cela que vous parliez. Encore une fois, cela faisait partie du règlement. Nous détenons ces actions et nous avons l'intention un jour ou l'autre de les vendre. Leur montant viendra là encore en réduction du coût total du projet.

L'autre élément était favorable, mais il le devient de moins en moins. Il s'agit des taux d'intérêt qui demeurent encore inférieurs aujourd'hui à ce que l'on prévoyait en 1988. Je le répète, cet avantage s'estompe rapidement car, comme vous le savez sans doute, les taux d'intérêt remontent depuis quelques mois. Il se pourrait très bien que, lorsque nous recommercialiserons ce site et que nous vendrons nos actions de Bramalea, et que nous aurons un financement permanent pour ce projet, nous en soyons revenus à cette enveloppe initiale de 381 millions de dollars.

Vous dites aussi que la société a avancé un certain montant à Cadillac Fairview. Je crois que vous avez parlé de 58 millions de dollars. Le montant est en fait supérieur, il s'agit actuellement de 60 millions de dollars. Il s'agit essentiellement de recettes que nous encaissons sur le reste du site; c'est soit Cadillac Fairview qui nous paye un loyer, soit les autres propriétaires qui nous payent un loyer pour les autres terrains du site.

• 1050

Part of the original concept of the project was to return that money to help offset the cost of the project. It's not money that's coming out of our base budget. It's simply money from the site being returned to the site.

Madame Tremblay, vous avez encore trois minutes à peu près.

Mme Tremblay: Concernant les 180 millions de dollars que vous avez à récupérer dans les quatre prochaines années, monsieur Manera, est–ce que vous pouvez vous engager, car vous savez quel mal ont causé les coupures la dernière fois, à consulter les syndicats et les groupes intéressés si vous deviez faire des coupures, et non pas prendre tout le monde par surprise?

M. Manera: Absolument. Vous avez mon engagement là–dessus. Sans équivoque.

Mme Tremblay: Merci. Ça va.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): It's good to see you again, Mr. Manera.

I'm going to pursue a little bit Mrs. Tremblay's presentation. I'm having a real problem here. I went to visit the CBC last week. I went to the site about a week ago to visit the building and to actually get a feel for where you are housed.

You get over $1 billion in taxpayer dollars, you've got borrowing authority from this government for $25 million, you've got a $180 million shortfall, you've got this incredible building, and I'm hearing that you're even going to have to expand out of that building for your administration, because the office space there is not necessarily going to house all of you in this incredible structure. You've got potential there for production. You said you've got to try to pare down $120 million internally, and you have all this potential for production.

I guess I'm having a problem in terms of the rationale you're providing on how you're going to actually fund yourselves. You get so much money from the taxpayer. I'm hearing about slight paring down at the sides, a little bit of

Il était prévu dans le projet initial que cet argent devait servir à compenser les coûts du projet. Ce n'est pas de l'argent qui sort de notre budget de base, mais de l'argent tiré du site qui sert à financer le site.

Mrs. Tremblay, you still have about three minutes.

Mrs. Tremblay: Concerning the $180 million which you have to recover in the next four years, Mr. Manera, can you give us a commitment—for you know how painful the cuts were last time—that you will consult with the unions and the groups concerned if you have to make cuts, and not take everybody by surprise?

Mr. Manera: Definitely. You have my commitment in no equivocal terms.

Mrs. Tremblay: Thank you. This is fine.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je suis heureuse de vous retrouver, monsieur Manera.

Je vais poursuivre un peu dans la ligne de M^me^ Tremblay. Cette question me pose vraiment un problème. Je suis allée visiter la SRC la semaine dernière. J'ai fait le tour de l'édifice pour me faire une petite idée de vos locaux.

Vous touchez plus d'un milliard de dollars de fonds publics, le gouvernement vous a accordé un pouvoir d'emprunt de 25 millions de dollars, vous avez un manque à gagner de 180 millions de dollars, vous avez cet édifice incroyable, et on me dit même que vous allez devoir l'agrandir parce que vous n'avez pas suffisamment de locaux administratifs dans cet incroyable immeuble. Vous avez un potentiel de réalisation. Vous dites que vous allez essayer de faire des économies internes de 120 millions de dollars, et vous avez tout ce potentiel de production.

Je pense que je ne comprends pas très bien votre raisonnement lorsque vous dites que vous allez réussir à vous financer par vous–mêmes. Les contribuables vous fournissent un montant considérable. J'entends bien parler de petites coupures

[*Texte*]

tinkering here and there. Really, when you look at the kinds of things you're doing to try to get a handle on this cost overrun, you're jumping out there into the private sector; yet you still have all these tax dollars being given to you.

This leads me to another point, the tabling of the summary of the estimates in Parliament. It was part of the requirement of the Broadcasting Act that you do this. When I questioned your officials in Toronto at the CBC, they either weren't telling the truth or actually did not know that it was a requirement that a corporate plan of the priorities be tabled in the House of Commons.

Those are just a few things I'd like you to respond to.

Mr. Manera: With regard to the tabling of the main estimates in the House of Commons, it's the minister who does that. The CBC submits it to the minister.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): That's correct, but it has never been tabled in the House.

Mr. Manera: The CBC has complied with its requirement to table it with the minister every single year. It has always been tabled. If it hasn't been tabled with the House of Commons, it's not the CBC that has failed to do it. It's not the CBC's role to table it. The CBC reports to Parliament through the minister.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I understand that. The point I was trying to make, I think—

Mr. Manera: I suspect it was probably a clerical error. I'm sure there was no intention on the part of the minister not to table it. I don't want to speak for any minister present or past, but we have always complied with the requirements in the act and have always submitted in time. As for what has happened afterwards, I can't answer that.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): My point was that I was very surprised at the staff not understanding that this indeed was a requirement. I was surprised. That's the only point I'm making.

Mr. Manera: Well, I suppose it depends on whom on staff you talked to. This is normally handled by the corporate office in Ottawa. It's not inconceivable that some staff in Toronto may not be entirely familiar with all the procedures in the Broadcasting Act for tabling various documents. I would not be at all surprised at that. I think normally it's handled by our vice–president of planning here in Ottawa. Depending on who asked in Toronto, the fact that they didn't know is not particularly surprising.

I'm sorry, you had some earlier points, but I didn't quite understand what your question about the broadcast centre and the $1 billion and the cuts. What was the essence of your question with regard to that?

• 1055

Mrs. Brown (Calgary Southeast): The thrust of that is really that it comes down to managing your money effectively and well. You're looking to try to find $120 million internally and you have huge cost overruns. Exactly how do you expect to find that?

[*Traduction*]

par–ci par–là, de bricolage. En fait, tout ce que vous faites pour essayer de compenser ce dépassement budgétaire retombe sur le secteur privé; et pourtant on continue à vous verser tous ces fonds publics.

Cela m'amène à une autre remarque, le dépôt du résumé du budget au Parlement. Vous y êtes tenus en vertu de la Loi sur la radiodiffusion. Quand j'ai interrogé vos fonctionnaires à Toronto et à la SRC, ou bien ils ne m'ont pas dit la vérité ou ils ne savaient pas que vous deviez déposer un plan d'entreprise de vos priorités à la Chambre des communes.

J'aimerais avoir votre réponse à ces quelques points.

M. Manera: Pour ce qui est du dépôt du budget à la Chambre des communes, c'est le ministre qui s'en charge. La SRC communique ce document au ministre.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): C'est vrai, mais il n'a jamais été déposé à la Chambre.

M. Manera: La SRC a respecté chaque année l'obligation de communiquer ce document au ministre. Il a toujours été présenté. S'il n'a pas été déposé à la Chambre des communes, ce n'est pas par la faute de la SRC. Ce n'est pas le rôle de la SRC. La SRC fait rapport au Parlement par le biais du ministre.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je le comprends bien. Ce que j'essaie de vous dire. . .

M. Manera: J'imagine qu'il s'agissait d'une erreur administrative. Je suis sûr que le ministre n'a jamais eu délibérément l'intention de ne pas déposer ce document. Sans vouloir parler au nom d'un ministre actuel ou passé, je dirais simplement que nous avons toujours respecté les exigences de la loi dans les délais. Ce qui se passe ensuite n'est plus de ma responsabilité.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je disais simplement que j'avais été très étonnée que votre personnel ne comprenne pas que c'était une exigence. Cela m'a étonnée. C'est tout ce que je dis.

M. Manera: Je suppose que cela dépend des personnes auxquelles vous avez parlé. C'est normalement l'administration centrale à Ottawa qui s'en occupe. Il n'est pas impossible qu'un agent du personnel à Toronto n'ait pas été parfaitement au courant de toutes les procédures de dépôt des divers documents prévus par la Loi sur la radiodiffusion. Cela ne m'étonnerait nullement. Je crois que c'est normalement notre vice–président à la planification à Ottawa qui s'en occupe. Il n'y a rien de très étonnant à ce que certaines personnes à qui vous avez pu parler à Toronto n'aient pas été au courant.

Je m'excuse, vous aviez abordé d'autres points, mais je n'ai pas très bien compris votre question sur le centre, le montant de un milliard de dollars et les coupures. Que voulez–vous savoir exactement à ce sujet?

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): En fait, cela revient à gérer son argent de façon efficace et du mieux possible. Vous essayez de trouver 120 millions de dollars à l'interne et vous avez d'énormes dépassements de coûts. Comment espérez–vous trouver une telle somme?

[*Text*]

Mr. Manera: What cost overruns? I'm not aware of cost overruns. We just finished the fiscal year with a $200 million surplus. I don't understand where you get the notion that there are cost overruns.

Mr. Solberg (Medicine Hat): One on the building would be one.

Mr. Manera: What cost overrun of the building? The building came in within budget. The construction of the building was within budget.

Mr. Solberg: Didn't your financial manager say that $440 million was the cost at this point?

Mr. Manera: He also said that given what happens with interest rates and with the remarketing of the site, there is a strong possibility that it will be within the original estimate. Nevertheless, even if that were to materialize or not, it was an overrun of a cost. The cost of construction actually came beneath the contract.

There were some market events that occurred completely outside the control of the CBC. In fact, when you look at the judgments that were made in negotiating those agreements, we, who have presumably no expertise in real estate, came out rather well. We got several million dollars in the bank from developers who misjudged and who made some calls that in retrospect were quite unwise on their part.

One cannot attribute the collapse of the real estate market in Toronto, in the consequences as well as the interest rates, to the CBC. I think the real judgment on the CBC is how we have coped with that.

I don't think there's anything to apologize about in terms of the broadcast centre. It's a success story all around.

M. Solberg: I have a broader question. I guess I want to phrase this in the form of a question. Would you agree that what's really important in this country is that Canadian culture be reflected on television, for instance, and that what's not as important is who provides it?

Mr. Manera: Certainly.

Mr. Solberg: Okay. It occurs to me, with all the speciality channels coming on line and the willingness of even some of the networks to carry other aspects of Canadian culture, that in some ways the necessity of having the CBC there isn't nearly as great as it was 20 years ago. I guess I'm talking about English–language TV in particular.

I point to, for instance, TSN picking up the sports coverage as they have, and even CTV obviously is very interested in picking up sports if they can make a buck at it. I point to Bravo being willing to pick up a lot of the arts programming and all the other speciality channels that are willing to pick up a lot of the other. The cable outfits do have about 90% penetration now.

It seems to me that with the speciality channels coming on line, with more of them coming on line down the road, isn't it going to obviate the necessity of having a CBC English–language TV? I'd like you to comment on this.

[*Translation*]

M. Manera: Quels dépassements de coûts? À ma connaissance, il n'y en a pas. Nous venons de terminer l'exercice financier avec un excédent de 200 millions de dollars. Je ne comprends pas où vous avez pris l'idée qu'il y a des dépassements de coûts.

M. Solberg (Medicine Hat): Il y a par exemple celui qui est lié à l'immeuble.

M. Manera: Quel dépassement de coût sur l'immeuble? Celui–ci a été construit dans les limites du budget.

M. Solberg: Votre directeur financier n'a–t–il pas dit que ce projet avait coûté jusqu'ici 440 millions de dollars?

M. Manera: Il a dit également qu'étant donné la fluctuation des taux d'intérêt et la réévaluation du site, il est fort possible que le devis initial soit respecté. Néanmoins, que cela soit le cas ou non, il n'y a pas eu de dépassement de coûts. Le coût de la construction a en fait été inférieur au contrat.

Certains événements se sont produits sur le marché qui échappaient totalement au contrôle de la SRC. En fait, si l'on examine les décisions prises lors de la négociation de ces ententes, nous, qui sommes censés n'avoir aucune compétence dans le domaine de l'immobilier, nous en sommes plutôt bien sortis. Nous avons pu mettre en banque plusieurs millions de dollars grâce à des promoteurs qui ont fait des erreurs de jugement et pris des décisions qui, rétrospectivement, se sont révélées très peu judicieuses.

On ne peut pas tenir la SRC responsable de l'effondrement du marché de l'immobilier à Toronto, qu'il s'agisse des conséquences ou des taux d'intérêt. Il faut juger la société d'après la façon dont elle s'est tirée d'affaire.

Je ne pense pas que nous ayons lieu de nous excuser au sujet du centre de radiodiffusion. Cela a été un succès du début à la fin.

M. Solberg: J'ai une question de portée plus vaste. Je vais essayer d'exprimer mon idée sous forme de question. Convenez–vous que ce qui importe vraiment dans notre pays, c'est que la culture canadienne transparaisse à la télévision, par exemple, et que peu importe finalement qui en est le fournisseur?

M. Manera: Sans aucun doute.

M. Solberg: Très bien. Compte tenu de toutes les chaînes spécialisées qui apparaissent sur le marché et de la volonté de certains réseaux de diffuser d'autres aspects de la culture canadienne, je pense qu'à certains égards, le rôle de la SRC n'est plus aussi crucial qu'il l'était il y a 20 ans. Je parle en particulier du réseau anglais de la télévision.

Je pense notamment à la chaîne TSN qui assume tous les reportages sportifs, et même à CTV qui de toute évidence est très intéressée par les reportages sportifs si cela est rentable. Je pense à Bravo qui est prêt à reprendre bon nombre des émissions artistiques et à toutes les autres chaînes spécialisées qui sont prêtes à diffuser une bonne partie des autres émissions. Les câblodistributeurs détiennent à l'heure actuelle environ 90 p. 100 du marché.

À mon avis, étant donné l'apparition des chaînes spécialisées, lesquelles seront de plus en plus nombreuses, cela ne va–t–il pas rendre inutile l'existence du réseau télévisé anglais de la SRC? J'aimerais savoir ce que vous en pensez.

[*Texte*]

Mr. Manera: It would be great if it did, because as you have indicated, what is important is that the programming be on the air and not necessarily who does it. The reality, however, of all these speciality channels is that by far most of their content will not be Canadian.

Mr. Solberg: But together, it would more than make up. If you have 10 different channels that are in part 30% to 50% Canadian, they're going to more than make up for what the CBC does.

Mr. Manera: It would be nice if that were the case, but if in fact the economics allowed that to occur, why is that not happening now? I've just given you an example of CTV and how low a Canadian content it has in prime time. I think the reality is that the economics of Canadian production is such that it's impossible for it to exist in sufficient quality and quantity without a fair amount of public support.

You mentioned, for example, Bravo. Bravo is 40% Canadian. How much of that will be in prime time? I don't know. With respect to the other channels, there is a certain requirement for an infrastructure to exist in order to support some of the programming. For example, in news, what has made possible both Newsworld and *Réseau d'information* is the fact that there is a base infrastructure within the CBC that can be built upon and extended to facilitate these specialty services. So it's not as simple as one might think.

• 1100

Mr. Solberg: But CTV would be willing to step in. They offered to do that. They would like to provide news programming, too. I guess what I'm saying is that although I understand what you're saying in the case of Newsworld, CTV would have been quite willing to fill that role.

Mr. Manera: But they didn't. They didn't apply for a licence for a comparable service to Newsworld.

Mr. Solberg: Well, Headline News—similar. But Allarcom did back in the old days, that's for certain.

Mr. Manera: Yes. They were turned down. Presumably the CRTC, in making its decision, decided on the merits of the applications. Newsworld, for example, and *Réseau d'information* are offered at no incremental cost to the taxpayer. Given the investment the taxpayers have made in the infrastructure of the CBC, it would seem to me that everyone should applaud the initiative of the CBC to get more mileage out of their existing infrastructure by making it possible to have further services that will provide value added to the investment.

Mr. Solberg: That's a syllogism that doesn't hold, I think.

The Chairman: We'll allow an editorial comment, but we'll pass on to the next questioner and come back, if we may. Mr. Gallaway.

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): Welcome once again.

[*Traduction*]

M. Manera: Ce serait formidable si cela se produisait, car comme vous l'avez dit, ce qui importe c'est que les émissions soient diffusées quel que soit le radiotélédiffuseur. En réalité, toutefois, il faut admettre que la majorité des émissions diffusées par ces chaînes spécialisées ne seront pas à teneur canadienne.

M. Solberg: Oui, mais à elles toutes, cela suffira amplement. S'il y a dix chaînes différentes, qui ont chacune de 30 à 50 p. 100 de contenu canadien, cela compensera largement ce que fait la SRC.

M. Manera: Ce serait trop beau. Toutefois, si les facteurs économiques permettaient ce genre de choses, pourquoi cela ne se produirait–il pas dès à présent? Je viens de vous citer l'exemple de CTV qui diffuse très peu d'émissions à contenu canadien aux heures de grande écoute. En réalité, le côté économique de la production canadienne est tel qu'il lui est impossible de se maintenir en qualité et en quantité sans une contribution financière importante de la part du secteur public.

Vous avez parlé, par exemple, de la chaîne Bravo. Elle appartient à 40 p. 100 à des intérêts canadiens. Qu'est–ce que cela va donner aux heures de grande écoute? Je n'en sais rien. Quant aux autres chaînes, il faut respecter certaines conditions en matière d'infrastructure pour financer une partie de la programmation. Par exemple, pour les nouvelles, si le Réseau *Newsworld* et le Réseau d'information ont vu le jour, c'est parce qu'il existe à Radio–Canada une infrastructure de base que l'on peut élargir pour offrir ces services spécialisés. Ce n'est pas aussi simple qu'on pourrait le croire.

M. Solberg: Toutefois, le réseau CTV est prêt à entrer sur ce marché. Ses responsables ont proposé de le faire car ils aimeraient également offrir un service de nouvelles. Ce que je veux dire, c'est que même si je comprends ce que vous dites au sujet de Newsworld, le réseau CTV était tout à fait disposé à occuper ce créneau.

M. Manera: Mais il ne l'a pas fait. Il n'a pas demandé de licence pour offrir un service comparable à Newsworld.

M. Solberg: Eh bien, il en va de même pour *Headline News*. Toutefois, Allarcom a présenté une demande dans le temps, c'est certain.

M. Manera: Oui, et elle a été rejetée. En prenant sa décision, le CRTC a sans doute tenu compte de divers facteurs propres aux demandes. Ainsi, *Newsworld* et le Réseau d'information sont offerts sans coût supplémentaire pour le contribuable. Étant donné l'investissement fait par les contribuables dans l'infrastructure de la SRC et de CBC, il me semble que tout le monde devrait approuver sans réserve l'initiative de la société en vue d'exploiter au maximum son infrastructure en permettant aux téléspectateurs d'avoir accès à d'autres services qui ajouteront de la valeur à leur investissement.

M. Solberg: Vous faites un syllogisme qui ne tient pas, à mon avis.

Le président: Nous autorisons une remarque en passant, mais je vais donner la parole au député suivant et revenir à vous plus tard, si vous n'y voyez pas d'inconvénient. Monsieur Gallaway.

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): Soyez à nouveau les bienvenus.

[*Text*]

In preparation for your arrival I've been doing some reading and I've been told that the CBC is one of the founding members of the North American National Broadcasters Association, which I believe includes the major American networks, NBC and ABC. I've obtained a membership list of that organization and I make the observation that CBC has about, at committee level, 50% more members than any other network.

I'm wondering, what's the cost of that? If we're talking about money well spent, what's the cost of your membership, including all these committees, and what's the advantage to CBC to have 50% more members than, for example, NBC?

Mr. Manera: I can't answer the question as to what it's costing us. The president of that association, Michael McEwen, is our senior vice–president of media and unfortunately he was taken ill today and couldn't be here. He would certainly have had the answer to your question. I certainly don't think the cost is excessive.

In terms of the benefits, we do learn a lot, particularly because a lot of developments in broadcasting occur at the international level. A case in point is digital radio, where Canada has taken a strong leadership role with the CBC and CAB and our own Minister of Canadian Heritage moving forward in a very determined way to get this technology adopted. You have to debate the standards on a worldwide basis, so there's a question of spectrum utilization and what have you. One nation can't address those problems on its own.

Our leadership has been recognized worldwide. I think it's quite conceivable that Canada will be ahead of the U.S. in terms of this technology. This has some potential implications for industry as well in terms of manufacturing, in terms of getting some product out there.

The benefits are there, but you can't always quantify them in saying it's costing us $10 and we're getting $5 in return. They're more long term. I'll be happy to table with the committee the specific answer to your question, and I'm sorry I don't have it because the individual took ill.

Mr. Gallaway: Could you tell me, then, why CBC would have 50% more members than, for example, NBC, ABC, CBS?

Mr. Manera: Again, I don't know the answer to the question. The current president is one of our people, and we also have another person who is chairing one of the subcommittees. I'm not sure what the numbers are, whether 50% is in relation to one or two people or whether it's in relation to ten people. We'll have to get that answer first.

Mr. Gallaway: I have the list, if you want to know them.

Mr. Manera: We'll be happy to get the answer for you.

Mr. Gallaway: Okay, I'll move along then. Talking about Canadian programming, then, I understand this coming season CBC will, on the TV sector, be going to a double header on Saturday night television.

[*Translation*]

Pour me préparer en vue de cette réunion, j'ai lu certains articles et j'ai appris que CBC est l'un des membres fondateurs de l'Association nationale des radiodiffuseurs nord–américains, dont font partie, sauf erreur, les principaux réseaux américains, soit NBC et ABC. J'ai obtenu la liste des membres de cette association et je constate que Radio–Canada compte, au niveau des comités, 50 p. 100 de membres de plus que tout autre réseau.

Je me demande combien cela coûte. Puisqu'on parle de dépenser à bon escient, combien vous coûte votre affiliation à cette association, y compris tous les comités que cela représente, et à quoi cela sert–il pour Radio–Canada de compter 50 p. 100 de membres de plus que le réseau NBC, par exemple?

M. Manera: Je ne peux pas vous dire combine cela nous coûte. Le président de cette association, Michael McEwen, est notre vice–président principal responsable des médias, mais il est malheureusement malade aujourd'hui et n'a pas pu nous accompagner. Il aurait certainement pu répondre à votre question. Je ne pense pas que cela nous coûte les yeux de la tête.

Quant aux avantages, nous apprenons beaucoup au sein de cette association, surtout parce qu'une bonne partie de l'évolution, dans le domaine de la radiodiffusion, se produit au niveau international. Un bon exemple est la radio numérique, où le Canada a fait oeuvre de pionnier grâce à la SRC, à l'ACR et à notre propre ministre du patrimoine qui a pris des mesures énergiques pour faire adopter cette technologie. Il faut discuter des normes à l'échelle mondiale, de façon à favoriser l'utilisation généralisée de cette nouvelle technologie, et ainsi de suite. Notre pays ne peut pas résoudre ces problèmes tout seul.

Notre leadership est reconnu dans le monde entier. Il est tout à fait possible que le Canada soit en avance sur les États–Unis dans cette technologie. Cela a certaines conséquences éventuelles pour l'industrie ainsi que pour le secteur de la fabrication, puisqu'il faut que ce produit soit disponible.

Les avantages existent, mais il n'est pas toujours possible de les quantifier en disant que cela nous coûte 10$ et que nous en recevons 5$ en échange. Il faut voir cela à long terme. Je déposerai volontiers ces chiffres auprès du Comité pour répondre à votre question précise, et je regrette de ne pas les avoir sous la main parce que le responsable est malade.

M. Gallaway: Pourriez–vous me dire, dans ces conditions, pourquoi la SRC compte 50 p. 100 de membres de plus que, disons, les réseaux NBC, ABC ou CBS?

M. Manera: Encore une fois, je ne peux pas répondre à cette question. Le président actuel vient de chez nous, et le président d'un des sous–comités est également un des nôtres. Je ne sais pas combien de membres nous avons exactement, ni si ces 50 p. 100 de plus correspondent à une ou deux personnes ou plutôt à une dizaine. Il faut d'abord obtenir la réponse à cette question.

M. Gallaway: J'ai la liste, si vous voulez vérifier.

M. Manera: Nous vous obtiendrons volontiers la réponse.

M. Gallaway: Très bien, je passe à autre chose. En ce qui concerne la programmation canadienne, je crois comprendre que, au cours de la prochaine saison, les réseaux télévisés de Radio–Canada vont offrir un programme double le samedi soir.

[*Texte*]

Mr. Manera: On the hockey?

Mr. Gallaway: Hockey, yes. Is that correct?

Mr. Manera: Yes.

• 1105

Mr. Gallaway: Who was in the bidding process with CBC? In other words, who was your competition?

Mr. Manera: Jim Byrd, our vice–president of English television, will answer that question.

Mr. Jim Byrd (Vice–President, English Television Networks, Canadian Broadcasting Corporation): We really don't know who was in the bidding. We were asked to submit our bid and we did that on a business case basis. We went through our costs of production and costs of marketing and sales. We analysed the cost of distribution, factored in the number of games that we could telecast and the amount of projected revenues based on that, and we put in a bid on that basis. I can't tell you who else bid. That is our plan—we're still in the negotiating stage about all of that, and the negotiations are not complete at this point.

Mr. Gallaway: So has a final number been determined for payment to the NHL, Molson's or to whomever it's paid?

Mr. Byrd: Not at this point.

Mr. Gallaway: What did you pay last year?

Mr. Manera: Mr. Chairman, I will take advice from you in this regard, but because of the competitive nature of those figures, I think Parliament in the past has accepted the notion that some degree of confidentiality is attached to how much money is paid for a specific property.

Mr. Gallaway: I understand that. That's not a problem.

The Chairman: Those are the sorts of questions that we might want to consider in the fall. But respecting the need for commercial privacy, we might want to go into an in camera session so that you can be as frank as you wish. We don't want to give an unfair advantage to your competitors, so we might put that specific question on hold.

Mr. Gallaway: Okay. Is this process done by negotiation or is it carried out in a form of tender process? I'm interested in knowing how your competition feels about *Hockey Night in Canada.*

Mr. Byrd: The hockey agreement that we're currently working under, which we have had for five years and in fact just finished this season—that contract was actually one that CTV had negotiated with the hockey league. Under our previous arrangement we had the right to match an offer that was on the table, and that's how we acquired hockey this last time through.

Mr. Gallaway: A right of first refusal.

Mr. Byrd: That's right.

[*Traduction*]

M. Manera: Pour les parties de hockey?

M. Gallaway: Oui, pour le hockey. Est–ce exact?

M. Manera: Oui.

M. Gallaway: Qui a participé à l'appel d'offres en même temps que Radio–Canada? Autrement dit, quels étaient vos concurrents?

M. Manera: Jim Byrd, notre vice–président de la télévision anglaise, va répondre à cette question.

M. Jim Byrd (vice–président, Réseau de télévision anglaise, Canadian Broadcasting Corporation): Nous ne savons pas vraiment qui a participé à l'appel d'offres. On nous a demandé de faire une offre et nous l'avons fait en tenant compte des facteurs commerciaux en cause. Nous avons examiné nos coûts de production, ainsi que nos coûts de commercialisation et les ventes. Nous avons analysé le coût de distribution, tenu compte du nombre de parties que nous pourrions télédiffuser et des recettes prévues en fonction de cela, et nous avons fait notre offre en tenant compte de tous ces facteurs. Je ne peux pas vous dire qui d'autre a participé à l'appel d'offres. C'est notre plan—nous sommes toujours en négociations à ce sujet, et les discussions se poursuivent.

M. Gallaway: A–t–on décidé d'un montant définitif à verser à la LNH, à Molson ou autre?

M. Byrd: Pas encore.

M. Gallaway: Combien avez–vous payé l'an dernier?

M. Manera: Monsieur le président, je tiens à vous consulter à ce sujet, mais étant donné la nature concurrentielle de ces renseignements, par le passé, le Parlement a accepté l'idée que les sommes payées pour un bien précis, par exemple, demeurent confidentielles.

M. Gallaway: Je comprends. Aucun problème.

Le président: Ce sont là des questions que nous pourrons envisager à l'automne. Pour ce qui est du caractère confidentiel pour raisons commerciales, si vous le désirez, nous pourrions poursuivre la séance à huis clos pour vous permettre d'être aussi francs que possible. Nous ne voulons pas accorder un avantage injuste à vos concurrents, et c'est pourquoi nous réserverons cette question précise pour plus tard.

M. Gallaway: Très bien. Ce processus se fait–il par voie de négociations ou sous forme d'appel d'offres? J'aimerais savoir ce que pensent vos concurrents de *La soirée du hockey au Canada.*

M. Byrd: L'accord sur le hockey auquel nous sommes actuellement assujettis, que nous avons conclu pour cinq ans et qui, en fait, vient à expiration cette saison—ce contrat avait en fait été négocié par le réseau CTV avec la ligue de hockey. Aux termes de l'entente précédente, nous avions le droit de faire une offre semblable à celle qui existait déjà et c'est ainsi que nous avons obtenu les droits sur les parties de hockey la dernière fois.

M. Gallaway: Un droit de premier refus.

M. Byrd: C'est exact.

[*Text*]

Mr. Solberg: So CTV knows how much you paid, obviously.

Mr. Byrd: I think we all pretty well know that. I think it's fairly elementary arithmetic to figure out how much you're going to get per 30–second spot per game, times the number of games per season. You can pretty well figure out what you can afford to pay for hockey.

Mr. Gallaway: With regard to CTV, you had mentioned the 100% American evening. I think you were referring to Friday night. What percentage of CBC programming is sports?

Mr. Byrd: On the English network it's about 10%.

Mr. Gallaway: What percentage of your total expenditures is attributable to sports?

Mr. Cotsman: We can work it out and give it to you.

Mr. Gallaway: You must have some idea. I'm not looking for several decimal places. Can you give me a ballpark figure?

Mr. Cotsman: Of the total direct program costs—I'm not talking about all the expenses in English television, but of the direct program costs—which were $306.5 million, $73.6 million was sports. So that was about 25% of the direct program costs.

Mr. Gallaway: So sports is 10% of programming and 25% of costs are attributable to sports. With the addition of the double–header hockey night, what's the percentage going to be?

Mr. Manera: To clarify, don't forget that there's revenue offsetting that, so that's not a net cost, it's a gross cost.

Mr. Gallaway: I understand that.

Mr. Byrd: On all of those professional sports, we only go into them if we make a profit. We do not take funding from our other program services to pay for the net cost of professional sports.

Mr. Gallaway: What will it be next year in terms of the percent of program hours for sports?

Mr. Byrd: About 10%. It will not be excessive.

Mr. Gallaway: Do you have the 1996 Atlanta Olympics?

Mr. Byrd: Yes.

Mr. Gallaway: Can you tell us about the cost or is that confidential? Is that a public or a private bidding process?

• 1110

Mr. Byrd: That is a public bidding process and in fact the results were announced. We paid $20.75 million U.S.

[*Translation*]

M. Solberg: Le réseau CTV sait donc, de toute évidence, combien vous avez payé.

M. Byrd: Je pense que tout le monde le sait. Il ne faut pas être un surdoué en maths pour calculer combien va rapporter un spot publicitaire de 30 secondes par partie et de multiplier ce chiffre par le nombre de parties au cours d'une saison. Il est facile de calculer ce qu'on peut se permettre de payer pour le hockey.

M. Gallaway: Quant à CTV, vous avez parlé de la soirée entièrement américaine. Je pense que vous vouliez parler du vendredi soir. Quelle proportion de la programmation de Radio–Canada est consacrée aux sports?

M. Byrd: Sur le réseau anglais, environ 10 p. 100.

M. Gallaway: Quelle proportion de vos dépenses totales est consacrée aux sports?

M. Cotsman: Nous pouvons faire ce calcul et vous donner le résultat.

M. Gallaway: Vous devez en avoir une idée. Je ne cherche pas un chiffre précis à la virgule près. Pouvez–vous me donner un montant approximatif?

M. Cotsman: Sur l'ensemble des dépenses directes de programmation—je ne parle pas de toutes les dépenses du réseau télévisé anglais, mais des dépenses directes de programmation—soit 306,5 millions de dollars, 73,6 millions ont été consacrés aux sports. Cela représente donc environ 25 p. 100 des dépenses de programmation directes.

M. Gallaway: Les sports comptent donc pour 10 p. 100 de la programmation et 25 p. 100 des dépenses. Lorsque vous offrirez le programme double de la soirée du hockey, quelle sera cette proportion?

M. Menera: Pour être précis, n'oubliez pas que des recettes compensent cette dépense. Il ne s'agit donc pas d'un coût net, mais d'un coût brut.

M. Gallaway: Je comprends.

M. Byrd: Pour tous ces sports professionnels, nous ne les ajoutons à notre programmation que si c'est rentable pour la société. Nous ne puisons pas dans les fonds de nos autres services pour financer la dépense nette liée aux sports professionnels.

M. Gallaway: L'an prochain, quelle proportion des heures de programmation sera consacrée aux sports?

M. Byrd: Environ 10 p. 100. Ce ne sera pas excessif.

M. Gallaway: Avez–vous obtenu le contrat pour les Jeux olympiques de 1996 qui auront lieu à Atlanta?

M. Byrd: Oui.

M. Gallaway: Pouvez–vous nous dire combien cela va coûter ou est–ce confidentiel? S'agit–il d'un processus d'appel d'offres public ou privé?

M. Byrd: Il s'agit d'un processus d'appel d'offres public et, en fait, les résultats ont été annoncés. Nous avons payé 20,75 millions de dollars américains.

[*Texte*]

Mr. Gallaway: that's for the Atlanta Olympics?

Mr. Manera: Yes, that's right.

Mr. Gallaway: What about baseball—

Mr. Manera: Excuse me, that was for English, French, radio, television, all that.

Mr. Byrd: Newsworld, radio rights.

Mr. Gallaway: What do you foresee, then, in terms of percentage of hours, or program hours or whatever you call it, for next year? You say it is going to stay the same. What do you see it for 1996, then?

Mr. Manera: The Olympics?

Mr. Gallaway: Yes.

Mr. Byrd: For 1996, when you have a bump like that, it would be higher in that year, but then—

Mr. Gallaway: No, but what do you think it would be?

Mr. Byrd: But you also have to figure in that as we're on the air with the Olympics we will not be broadcasting baseball or football, so there are other things that come out of the schedule. The difference won't be that significant.

Mr. Gallaway: Can you tell me, then, the relative number of—you can express it in any way you want—professional sports versus amateur sports?

I'll tell you what I'm getting at, I don't want to waste time. I'm wondering what is the national objective of putting on the National Hockey League, professional car racing, Blue Jay baseball? What is the national objective in displaying all of these professional sports?

Mr. Byrd: I think the national objective in terms of sports programming generally is that sports is one dimension of reflecting what happens in this country. It is only one dimension, and that's why it's only 10% of our schedule. I think the mix of amateur and professional is higher on the CBC than you would find it on any other network, let me assure you, the reason being that most of the private broadcasters can't afford to go into some of these amateur sport events because they have to make money.

We use our subsidy from the government to offset what we would lose on some of those amateur sports. It is no accident that the CBC is the only broadcaster that shows up for the Canada Summer Games or the Canada Winter Games, because we do not make money on those. We have been a long–time supporter of the Canada Games, both winter and summer, and we are the broadcaster of record for those.

Mr. Gallaway: What do you project you'll make on the Atlanta games, then?

Mr. Byrd: I won't tell you the exact number. That is something, as the president said, we're prepared to table. We will make a profit, and a good profit, on the Atlanta Olympics. We have made a profit on the last two Olympics that we have had the rights to and we intend to on this one, and our business case shows that.

[*Traduction*]

M. Gallaway: Pour les Jeux olympiques d'Atlanta?

M. Manera: Oui, c'est exact.

M. Gallaway: Et le baseball. . .

M. Manera: Veuillez m'excuser, le montant correspondait aux réseaux de radio et de télévision en anglais et en français.

M. Byrd: Newsworld, droits radiophoniques.

M. Gallaway: Que prévoyez–vous donc quant au nombre d'heures d'émissions qui seront consacrées aux sports l'an prochain? Vous dites que rien ne va changer. Qu'en sera–t–il en 1996, donc?

M. Manera: L'année des Jeux olympiques?

M. Gallaway: Oui.

M. Byrd: En 1996, avec un événement de cette importance, cela risque d'augmenter sur l'ensemble de l'année, mais ensuite. . .

M. Gallaway: Non, mais quelles sont vos prévisions à cet égard?

M. Byrd: Il faut également tenir compte du fait que pendant que nous retransmettrons les Jeux olympiques, nous ne présenterons aucune émission de baseball ou de football, et donc, d'autres émissions seront retirées de l'horaire. La différence ne sera donc pas énorme.

M. Gallaway: Pouvez–vous me dire, alors, la proportion d'heures d'émissions—appelez cela comme vous voulez—consacrées aux sports professionnels par rapport aux sports amateurs?

Pour éviter de perdre du temps, je vais aller droit au but. Je m'interroge sur l'objectif national que l'on atteint en télédiffusant les parties de la Ligue nationale de hockey, les courses de voitures professionnelles, ou le baseball des Blue Jays? Quel objectif national poursuivons–nous en présentant tous ces sports professionnels?

M. Byrd: L'objectif national lié à la programmation des sports en général est que les sports constituent un aspect des événements qui se produisent dans notre pays. Puisqu'il ne s'agit que d'un aspect, nous n'y consacrons que 10 p. 100 de notre programmation. La combinaison sport amateur et professionnel est plus élevée à Radio–Canada que dans n'importe quel autre réseau, vous pouvez me croire. En effet, la plupart des radiodiffuseurs privés n'ont pas les moyens de diffuser les événements de sports amateurs car ils doivent gagner de l'argent.

Nous utilisons la subvention que nous verse le gouvernement pour compenser des pertes éventuelles liées à la diffusion des émissions de sport amateur. Ce n'est pas par hasard que Radio–Canada est le seul radiodiffuseur qui présente les Jeux d'été du Canada ou les Jeux d'hiver du Canada, car cela n'est pas rentable pour nous. Nous soutenons depuis longtemps les Jeux du Canada, tant d'été que d'hiver, et depuis toujours, c'est notre société qui en assure la radiodiffusion.

M. Gallaway: Combien prévoyez–vous gagner grâce aux Jeux olympiques d'Atlanta, dans ces conditions?

M. Byrd: Je ne peux pas vous citer de chiffres exacts. Comme l'a dit le président, nous sommes prêts à déposer ces renseignements. Nous ferons un bénéfice, assez important, sur les Jeux olympiques d'Atlanta. Nous avons réalisé un bénéfice au cours des deux derniers Jeux olympiques sur lesquels nous avons obtenu les droits de diffusion et nous avons bien l'intention de renouveler cet exploit et nos prévisions financières en témoignent.

[*Text*]

The Chairman: I'm waiting for the national ringette championship on your network.

M. Manera: Monsieur le président, est–ce que je pourrais demander à madame Fortin d'élaborer davantage du côté français?

Le président: Brièvement. Allez–y.

Mme Michèle Fortin (vice–présidente, télévision française, Société Radio–Canada): Du côté français, c'est assez simple, 8 p. 100 de la grille est consacré aux sports, incluant les sports amateurs, et les sports professionnels. Le partage se fait à 60–40 à peu près, 60 p. 100 de sports professionnels et 40 p. 100 de sports amateurs et les coûts directs pour la grille sont relativement moins élevés que du côté anglais. On est à moins de 20 p. 100. On fait du hockey, du baseball mais on ne fait pas de football.

The Chairman: What is the equivalent?

Mme Fortin: On fait par contre dans les sports amateurs, les jeux de l'Acadie, les jeux du Québec, les jeux du Canada, les jeux de la Francophonie et les jeux du Commonwealth.

The Chairman: But what would be the equivalent figure in English, if it's 60% professional on the French network and 40% amateur. Did we have that, or did I miss it?

Mr. Byrd: I don't have a split done that way, Mr. Chairman, but it would be fairly close, it would be fairly equivalent.

Le président: On passe maintenant à monsieur Plamondon.

M. Plamondon (Richelieu): Monsieur le président, j'ai toujours de la difficulté à comprendre comment vous arrivez à avoir des coûts de production différents en français et en anglais. Pour une émission de variétés, je crois que c'est environ 40 000$ en français et 120 000$ en anglais.

Comment pouvez–vous m'expliquer que vous avez deux réseaux de qualité, deux réseaux avec les mêmes tendances vers la haute qualité alors que vous consacrez plus d'argent à l'émission produite en anglais qu'à celle produite en français. Pourtant, votre taux d'écoute, en anglais, est d'environ 2,5 millions ou 2,8 millions de personnes. En français, c'est 2,0 millions ou 2,2 millions.

Donc, il y a pratiquement le même nombre de personnes qui écoute le réseau français et le réseau anglais. Je suis à même de constater que c'est la même chose au niveau des nouvelles. Quand le réseau français vient chez moi dans mon comté, pour me suivre une journée et faire un reportage, il y a un journaliste et une personne avec une caméra qui ont le plus souvent leur voiture personnelle.

• 1115

Mais quand le réseau anglais décide de faire un reportage, et on en a plus ces temps–ci à cause du phénomène politique du Bloc québécois qui crée la curiosité, ils arrivent avec une camionnette, un réalisateur, un assistant réalisateur, quelqu'un qui tient le micro, quelqu'un qui fait l'entrevue, enfin ils sont cinq ou six. Et pourtant, c'est pour une émission à peu près du même genre, avec le même but, c'est à dire connaître le rôle du député dans une circonscription ou dans une activité spécifique.

Comment pouvez–vous m'expliquer que vous acceptiez que le coût de production en français et en anglais ne soit pas le même?

[*Translation*]

Le président: J'attends de voir transmettre par votre réseau le championnat national de ringette.

Mr. Manera: Mr. Chairman, could I ask Madam Fortin to elaborate further on the French network?

The Chairman: Briefly. Go ahead.

Mrs. Michèle Fortin (Vice–President, French television network, Canadian Broadcasting Corporation: For the French network, it is quite simple: eight percent of the schedule goes to sports, including both amateur and professional sports. Of that eight percent, 60% is for professional sports and 40% for amateur sports and direct program costs are relatively lower than on the English network. We are at about 20%. We have hockey, baseball but no football.

Le président: Quel est l'équivalent?

Mrs. Fortin: In terms of amateur sports, on the other hand, we have the Acadian Games, the Quebec Games, the Canada Games, the *Jeux de la Francophonie* and the Commonwealth Games.

Le président: Mais quel serait le montant équivalent pour le réseau anglais, si le partage est de 60 p. 100 pour les sports professionnels contre 40 p. 100 pour les sports amateurs au réseau français. Nous a–t–on fourni ce chiffre ou cela m'a–t–il échappé?

M. Byrd: Nous n'avons pas calculé le partage de cette façon, monsieur le président, mais ce serait à peu de chose près identique.

The Chairman: We now go to Mr. Plamondon.

Mr. Plamondon (Richelieu): Mr. Chairman, I still don't understand how you can have different production costs in French and in English. For a variety show, I think it is about $40,000 in French and $120,000 in English.

How can you explain that you have two very good networks, both emphasizing high quality when you spend more on the English program than on the French program. However, on the English network, your ratings are about 2.5 million or 2.8 million people. On the French network, it's about two million or 2.2 million.

Therefore, there are approximately the same number of people watching the French and the English networks. I have found out that it is the same thing for news programs. When the French network comes to my riding, to follow me for a day and report on my political life, there are one reporter and one camaraman who most of the time use their private car.

But when the English network decides to report on a political event, and it happens more often these days because of the political phenomenon of the Bloc québécois that makes people curious, they arrive on the site with a van, a director and his or her assistant, a boom operator, an interviewer, in all five or six people. And yet, they are doing the same kind of report, with the same purpose, that is to understand the function of a member of Parliament in a ridding or during a specific event.

How can you explain the fact that production costs are not the same in English and in French?

[*Texte*]

M. Manera: Je vais demander à M. Cotsman, le vice–président aux finances d'élaborer d'avantage sur la question des coûts, et ensuite M^me^ Scott pourra élaborer d'avantage sur la question du partage des auditoires.

Mr. Cotsman: Thank you, Mr. Chairman. First of all, it's extremely difficult to compare on a program–by–program basis, so I think I will direct my remarks more to the total expenditures between the English programming and the French.

What we've tried to do is establish a framework in which there would be two extremes. One extreme would be to make our funding decisions on a purely per capita basis. If we did that we would arrive at roughly 73% English and 27% French. However, I think a lot of the points you made about the fact that producing a program has many common costs leads us to believe that is neither a correct nor a possible funding basis.

The other extreme would be to be at a pure 50–50 allocation of resources. Again, we believe there are factors that drive us to ending up somewhere in between. Historically, in fact, if you look at our financial statements, we've been running at a ratio of about 63–37 fairly consistently within plus or minus 1% over the last few years.

What one needs to do is identify what factors are at play that cause an increase in cost for one side versus the other. I would give you two or three particular factors.

The first factor is a reflection of the difference in population between English and French. We see that when we try to acquire rights. Sports rights are an obvious example, as well as procured film rights. When we go to buy those rights the rates are set on potential audiences, so whether we're talking about hockey, which we were just talking about, or football or baseball, we find we end up having to pay, by market demand, roughly three times as much for those English rights as we do for the French rights. Similarly, you can think of even the U.S. programs that we do acquire, and it's the same sort of thing. They're matched against available audiences and that has an effect on the rights payments we must make. That's one basic reason.

A second one has to do with the distribution of our population. The English population is spread out much more in the country and there are major population centres in every province. We therefore find that we end up with more major regional production centres in every major province of the country. That leads to an increase of costs for supporting the infrastructure of those production centres and means that both in terms of regional contributions to networks—that is, programs made in regions for the network—and regional local production, it leads to an overall higher cost.

[*Traduction*]

Mr. Manera: I will ask Mr. Cotsman, Vice–President of Finance, to elaborate further on the issue of costs, and then Mrs. Scott will answer in more detail on the issue of audience distribution.

M. Cotsman: Merci, monsieur le président. Tout d'abord, il est extrêmement difficile de faire des comparaisons d'une émission à l'autre, et c'est pourquoi je parlerai plutôt de la différence de l'ensemble des dépenses entre la programmation française et anglaise.

Nous avons essayé de créer un cadre dans lequel il y aurait deux extrêmes. D'un côté, nous prendrions nos décisions en matière de financement uniquement en fonction du nombre d'habitants. Si nous le faisions, nous en arriverions à un partage de l'ordre de 73 p. 100 pour l'anglais et 27 p. 100 pour le français. Toutefois, bon nombre des arguments que vous avez fait valoir en disant que la production d'une émission devrait coûter la même chose quelle que soit la langue nous portent à croire que cette base de calcul n'est ni juste ni possible.

À l'autre extrême, nous appliquerions strictement le principe de la répartition égale des ressources. Là encore, certains facteurs nous poussent à adopter une sorte de compromis. Depuis toujours, en fait, si l'on considère nos états financiers, nous avons appliqué de façon constante un rapport de 63–37 p. 100, avec un écart de plus ou moins 1 p. 100, depuis quelques années.

Ce qu'il faut faire, c'est déterminer les facteurs à l'origine d'une augmentation des coûts d'un côté par rapport à l'autre. Je vais vous citer deux ou trois exemples précis.

Le premier facteur découle de la différence entre la population anglaise et française dans notre pays. Nous la constatons lorsque nous essayons d'obtenir des droits. Les droits relatifs aux émissions sportives ainsi qu'à l'achat de films en sont un exemple flagrant. Lorsque nous essayons d'acheter ces droits, les tarifs sont fonction de l'auditoire éventuel; qu'il s'agisse donc du hockey, dont nous venons de parler, ou du football ou encore du baseball, nous constatons que nous finissons par payer, en raison de la demande du marché, à peu près trois fois plus pour les droits des émissions en anglais que pour les droits des émissions françaises. De même, il faut tenir compte des émissions américaines que nous achetons, et le même principe s'applique. Le prix est calculé en fonction de l'auditoire et cela se répercute sur le montant des droits que nous devons verser. C'est une raison fondamentale.

Le deuxième facteur est lié à la répartition de notre population. La population de langue anglaise est beaucoup plus éparpillée dans le pays et il y a de gros centres de population dans toutes les provinces. Nous constatons donc que nous devons avoir plus de grands centres de production régionale dans toutes les grandes provinces du pays. Cela entraîne une augmentation des coûts de financement de l'infrastructure de ces centres de production, de sorte que tant du point de vue des contributions régionales au réseau—c'est à dire les émissions réalisées en région pour le réseau—que de la production régionale locale, il s'ensuit une augmentation globale des coûts.

[*Text*]

Also included in the English side are some specialized costs, the best example being the cost of our northern service, which is by its nature charged to the English side, if you like, although it produces programming in English, some in French, and a number of native languages as well.

• 1120

So those are some reasons why we end up where we are, at neither extreme.

M. Manera: Avant que M^me^ Scott puisse élaborer sur la question des audiences, il faut souligner que l'infrastructure qui existe à travers le pays et qui est imputée au réseau anglais, supporte aussi les services francophones hors du Québec. Sans cette infrastructure, il serait presqu'impossible d'avoir des services pour les francophones hors–Québec.

Mme Sheridan Scott (vice–présidente, planification et réglementation, Société Radio–Canada): Est–ce que je pourrais juste rajouter deux ou trois détails? Parce que je ne sais pas si j'ai bien compris ce que vous avez dit au niveau des auditoires. Mais je pourrais vous dire que notre service de recherche a calculé le nombre d'heures de télévision de Radio–Canada regardées par la population canadienne, puis ils ont calculé le pourcentage de ces heures entre les francophones et les anglophones. Je ne sais pas si c'est dans ce sens–là que vous avez fait vos observations, mais ils ont trouvé que c'était 40 p. 100 par les francophones et 60 p. 100 par les anglophones.

M. Plamondon: La ventilation, c'est par rapport au nombre total. Quel est votre nombre total d'auditeurs anglophones? Normalement, c'est aux alentours de 2,5 millions à 2,8 millions.

Mme Scott: Je peux vous dire que chaque semaine, le nombre de personnes qui regardent le service, c'est 16 millions pour les anglophones et 7 millions pour les francophones. On peut donc dire que la portée est plus grande du côté anglais que du côté français.

Le président: Nous pourrons y revenir plus tard, parce que je dois donner 5 minutes à chacun. Madame Bakopanos.

Mrs. Bakopanos (Saint–Denis): Welcome, Mr. Manera. I'd like to ask a few questions about the type of input you have from the public in terms of your programming.

For instance, let's take the example of the prime time schedule and the 9 o'clock news you had introduced and then you withdrew to a later period. I was wondering if you canvassed the public at all in terms of their need for 9 o'clock news.

That is my first question and then I'll come back for a second question.

Mr. Manera: I can speak more knowledgeably about the input we had from the public with regard to the changes that were recently made—bringing it back from 9 o'clock to 10 o'clock—than about the input we may have had earlier when we moved it to 9 o'clock.

The Chairman: Is there any collective institutional memory on that point at the table or behind it?

Mr. Manera: There probably is, but let me try to address that as well. Certainly at the time that decision was made, it was part of a broader strategy—not just about 10 o'clock versus 9 o'clock—to reposition the schedule in such a way as to have

[*Translation*]

Du côté anglais, il faut aussi tenir compte des coûts liés aux services spécialisés, le meilleur exemple étant le coût de notre service du Nord, qui naturellement est imputé au réseau anglais, si vous voulez, même s'il produit des émissions en anglais, parfois en français et même dans certaines langues autochtones.

Voilà donc en partie pourquoi nous en sommes là, c'est–à–dire entre les deux extrêmes.

Mr. Manera: Before Mrs. Scott can elaborate on the audience issue, we must emphasize that the infrastructure in place throughout the country that is charged to the English network also supports French speaking services outside Quebec. Without that infrastructure, it would be almost impossible to offer services to French speaking Canadians outside Quebec.

Mrs. Sheridan Scott (Vice–President, Planning and Regulation, Canadian Broadcasting Corporation): I would like, if I may, add two or three points. I am not sure I understood well what you said regarding audiences. But I can tell you that our research service looked at the number of hours that the Canadian people spent watching CBC television, then at the breakdown these hours between French speaking and English speaking Canadians. I do not know if that is what you were getting at, but our research people found out that the percentage was 40% for French Canadians and 60% for English Canadians.

Mr. Plamondon: The breakdown is in relation to the total number. What is the total number of English speaking viewers? Usually, it is about 2.5 to 2.8 millions.

Mrs. Scott: I can tell you that every week, there are 16 million English speaking and 7 million French speaking Canadians watching the network. One can therefore say that the coverage is larger on the English side than on the French side.

The Chairman: We will come back to that question later, because I must give five minutes to every Committee member. Mrs. Bakopanos.

Mme Bakopanos (Saint–Denis): Soyez le bienvenu, Monsieur Manera. J'aimerais poser quelques questions au sujet de la participation du public à votre programmation.

Prenons, par exemple, l'horaire aux heures de grande écoute et les nouvelles de 9 heures, que vous avez décidé de reporter à plus tard au bout de quelque temps. J'aimerais savoir si vous avez sondé le public pour savoir ce qu'il pensait des nouvelles de 21 heures.

C'est ma première question et je vous en poserai ensuite une deuxième.

M. Manera: Je peux davantage parler en connaissance de cause des commentaires que nous avons reçus du public quant aux changements apportés dernièrement—le report de ces nouvelles de 21 heures à 22 heures—que des consultations qui ont eu lieu plus tôt avant que les nouvelles ne soient avancées à 21 heures.

Le président: Est–ce que l'un des témoins présents, autour de la table ou en arrière se souvient de quelque chose à ce sujet?

M. Manera: Sans doute que oui, mais permettez–moi d'essayer d'y répondre. À l'époque où cette décision a été prise, elle s'inscrivait dans une vaste stratégie—mais pas seulement le changement de 22 heures à 21 heures pour la diffusion des

[*Texte*]

distinctive time blocks that cater to different audiences, to have a prime time block of news for the general audiences and the adult audience in the middle. That strategy made sense then and still makes sense now, although we've modified it somewhat.

There was some research done that indicated there could be a potentially larger audience at 9 o'clock for the news. Based on that research and also some judgment calls, that decision was made. Since then the results indicate that while we did in some respects reach a slightly different audience, the overwhelming preference of Canadians was for a 10 o'clock slot.

I have to tell you that I receive a great deal of mail. On this subject, the mail was 10 to 1 in favour of moving it to 10 p.m. The most succinct letter I received, which I've never forgotten, was from a lady in British Columbia who simply wrote a three-line letter that said something like this: 10 p.m., chores done, time to sit. That said it all. So we've listened to our audiences.

Mrs. Bakopanos: But my question, Mr. Manera, was a larger one than just the 9 o'clock issue. I used the 9 o'clock news as an example.

Mr. Manera: Sure.

Mrs. Bakopanos: What I really wanted to know is how much input the public has in terms of your scheduling, your programming, in terms of... I understand people like to write letters—that's obvious—if they're upset. But before we actually arrive at that, is there a process? Are you thinking perhaps if there isn't one, you could propose to have one in place in the future?

• 1125

I can take the question even further. When we're talking about American broadcasting and how much American content we can include in the CBC, I know there are people who prefer to have American programming instead of Canadian programming. They prefer to have American sitcoms in between the Canadian content. How much of that type of sentiment goes into your planning? How much of public opinion is taken into account?

Mr. Manera: We do a fair amount of audience research and surveys. Sometimes we do it daily on certain programs. A printout that crosses my office every couple of days gives us the results of some of this research and the surveys we do, including all the phone calls and letters we receive and so on. There is a tremendous amount of input we obtain from that.

I must also add that in the past we have had advisory committees made up of knowledgeable people from across the country, who would provide advice on certain categories of programs. Unfortunately that had to be cut for financial reasons a couple of years ago. But we're looking at that again, perhaps from a slightly different perspective, on a regional basis that would give us more of a grass-roots connection with our communities. It would not cost us much money. So we're taking a second look at that.

[*Traduction*]

nouvelles—visant à remanier la grille de façon à disposer de créneaux horaires très précis pour satisfaire les divers auditoires, pour consacrer une heure de grande écoute aux nouvelles à l'intention du grand public et offrir des émissions pour adultes au milieu. Cette stratégie paraissait alors et paraît encore logique, même si nous l'avons quelque peu modifiée.

Il est ressorti de certaines recherches qu'il y aurait peut-être un plus vaste auditoire à 21 heures pour les nouvelles. En fonction de ces recherches et de certains avis que nous avons reçus, nous avons pris cette décision. Depuis lors, les résultats révèlent que même si, à certains égards, nous avons atteint un auditoire légèrement différent, la majorité des Canadiens préfèrent les nouvelles de 22 heures.

Je dois vous dire que j'ai reçu énormément de courrier à ce sujet, et 10 fois plus de téléspectateurs préconisaient le rétablissement des nouvelles à 22 heures. La lettre la plus brève que j'ai reçue, que je n'oublierai jamais, provenait d'une dame de la Colombie-Britannique qui m'a envoyé un message de trois lignes disant à peu près ceci: 22 heures, corvées achevées, on peut enfin s'asseoir. Tout était dit en quelques mots. C'est pourquoi nous avons écouté notre auditoire.

Mme Bakopanos: Ma question ne portait pas simplement, monsieur Manera, sur la question des nouvelles de 21 heures. Je les ai citées comme exemple.

M. Manera: Bien sûr.

Mme Bakopanos: Je voulais, en fait, savoir dans quelle mesure le public a voix au chapitre lorsque vous établissez votre grille, votre programmation, etc. Je sais que les gens aiment écrire—c'est évident—lorsqu'ils sont mécontents. Mais avant d'en arriver là, y a-t-il un processus de consultation? Et s'il n'y a pas de processus, envisagez-vous d'en instaurer un à l'avenir?

Je pourrais encore élargir ma question. Lorsqu'on parle de radiodiffusion américaine et de la quantité d'émissions américaines que l'on peut diffuser sur CBC, je sais qu'il y a des gens qui préfèrent les émissions américaines aux canadiennes. Ils préfèrent voir des comédies de situation américaines entre les émissions canadiennes. Dans quelle mesure tenez-vous compte de ces préférences? Quelle est l'influence de l'opinion publique?

M. Manera: Nous faisons pas mal de sondages et de recherche sur l'auditoire. Pour certaines émissions, nous le faisons sur une base quotidienne. Je reçois sur mon bureau à intervalles de quelques jours, un récapitulatif des résultats de ces recherches et enquêtes d'opinion, y compris de tous les appels téléphoniques et des lettres que nous recevons, etc. Cela nous apporte énormément de renseignements.

J'ajouterai que nous avions il y a quelques années des comités consultatifs composés de spécialistes de tout le pays, qui nous conseillaient sur certaines catégories d'émissions. Malheureusement, nous avons dû supprimer ces comités il y a quelques années pour raisons budgétaires. Mais nous envisageons de les rétablir, peut-être sur une base légèrement différente, peut-être sur une base régionale de façon à être mieux en prise avec le téléspectateur de la base. Ainsi, cela ne nous coûterait pas trop cher. Nous y réfléchissons donc.

[*Text*]

We've participated and are participating in some of the public forums being held across the country by the Friends of Canadian Broadcasting. I participated in the first one and some of my staff are participating in others.

So we have a number of these techniques. But with respect to the surveys, some are done very scientifically and are very helpful and useful. But in the end, while there's an element of science to it, there's also an art to it. Scheduling involves making a number of compromises among all these elements. Sometimes you get it right and sometimes you don't; it's not a scientifically predictable thing. So we try to be sensitive to the views of our audiences. I think we get it right most of the time, but occasionally it doesn't work as we had planned.

Mrs. Bakopanos: You said you do surveys. Is there a cost attached to the surveys you do?

Mr. Manera: Oh, yes.

Mrs. Bakopanos: Let's take the example you referred to. You said you used to have a consultative body before, but it was too expensive to maintain. What were the costs of this advisory council?

Mr. Manera: I don't remember off the top of my head and I don't know if our vice–president of finance recalls. It wasn't in the millions or anything like that, but it was certainly a couple of hundred thousand dollars a year—

Mr. Cotsman: I would say $150,000.

Mrs. Bakopanos: These advisers weren't paid?

Mr. Manera: Oh, no. It was just the cost of travel essentially because we had them on a national basis. That's why I'm saying we'll take another look at it, maybe on a local basis where you wouldn't have as much travel as you would nationally. They could still comment on national programming issues, but it would have more of a grass–roots base.

Mrs. Bakopanos: What do you pay now for the actual market surveys and so forth?

Mr. Manera: Do we have a. . .?

Mrs. Bakopanos: Ratings?

Mr. Manera: Well, the ratings surveys are fairly costly, but I don't think the surveys we do are as costly. Did you want the figures on the ratings?

Mrs. Bakopanos: I'd like to have an idea of the market survey and ratings, yes. Are we talking about millions or are we talking about thousands? You can come back with these.

The Chairman: Just for clarity, are you making a distinction between ratings—which is one thing—of programs that have gone out and market research, which tells you whether a change will fly or not—that is, preprogramming market research?

Mrs. Bakopanos: I'm asking for both, Mr. Chairman.

[*Translation*]

Nous avons participé et participons aussi à un certain nombre de tribunes publiques qu'organise un peu partout dans le pays *Friends of Public Broadcasting*. J'ai participé à la première, et certains de mes collaborateurs aux suivantes.

Nous disposons donc de différents outils. Mais pour ce qui est des sondages, certains sont effectués de façon très scientifique et nous seront très utiles. Mais au bout du compte, même s'il y a un côté scientifique, il y a aussi un art de la programmation. Il faut savoir trouver les meilleurs compromis entre tous ces éléments. Parfois on réussit, d'autres fois on se trompe, ce n'est pas quelque chose qui soit scientifiquement prévisible. Nous essayons donc d'être attentifs à l'avis des téléspectateurs. Je pense que nous réussissons à leur plaire la plupart du temps, mais parfois les résultats ne sont pas ce que nous attendions.

Mme Bakopanos: Vous dites que vous faites des enquêtes d'opinion. Est–ce que celles–ci vous coûtent de l'argent?

M. Manera: Oh, oui.

Mme Bakopanos: Prenons l'exemple que vous avez cité. Vous disiez que vous aviez des comités consultatifs, mais qu'ils vous coûtaient trop cher. Combien coûtaient–ils?

M. Manera: Je n'ai pas le chiffre en tête et je ne sais pas si notre vice–président aux finances s'en souvient. Ce n'était pas des millions de dollars, loin de là, mais quand même sans doute quelques centaines de milliers de dollars par an.

M. Cotsman: Je dirais 150 000$.

Mme Bakopanos: Les membres de ces comités n'étaient pas rémunérés?

M. Manera: Oh, non. C'était surtout le coût des déplacements, car il s'agissait de comités nationaux. C'est pourquoi nous envisageons de les rétablir mais à l'échelle locale, ce qui permettra de réduire les frais de déplacement. Ils pourraient toujours formuler des avis sur les questions de programmation nationale, mais ils seraient représentatifs davantage du téléspectateur local.

Mme Bakopanos: Quels sont actuellement vos frais pour les études de marché, etc.?

M. Manera: Les études de. . .?

Mme Bakopanos: Les enquêtes sur les cotes d'écoute?

M. Manera: Les enquêtes sur les cotes d'écoute sont plutôt coûteuses, mais je ne pense pas que les sondages que nous faisons nous–mêmes coûtent aussi cher. Souhaitiez–vous les chiffres sur les enquêtes de cotes d'écoute?

Mme Bakopanos: J'aimerais avoir une idée du coût des études de marché et des enquêtes de cotes d'écoute, oui. S'agit–il de millions de dollars ou de centaines de milliers de dollars? Vous pourrez nous donner la réponse ultérieurement.

Le président: À titre de précision, établissez–vous une distinction entre les taux d'écoute des émissions diffusées et les études de marché, qui vous permettent de savoir si les changements seront bien reçus ou non—autrement dit des études de marché préalables à la programmation?

Mme Bakopanos: J'aimerais connaître les chiffres pour les deux, monsieur le président.

[*Texte*]

The Chairman: Right. And we would like some facts on that.

Mr. Manera: We will be happy to table it before you, Mr. Chairman.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Mr. Manera, I'm going to come back to the rights to the Atlanta games.

Historically the costs of assuming those rights in Canadian dollars... For example, in the summer of 1992 for CTV, the Canadian costs were around $20 million, and Lillehammer was around $16 million. In the bid you put forward you paid $30 million Canadian for those rights, twice what CTV offered. I guess in terms of an historical trend, why would you even jump into such a huge expenditure? Why would you spend so much money if we know that as Canadians we are able to do a very fine job in terms of production, producing a comprehensive package for Canadians to watch?

• 1130

In order to break even, you'll probably have to generate pretty close to $50 million in gross ad revenues, a 40% increase over historical levels. Given what we know about Canadians and what they'll be watching and what you've said previously in this presentation about advertising and that kind of thing, I guess to come right back to it, it will be the taxpayers who'll ultimately pay for these Olympics, because that was a huge bid to put in.

It was 45% higher than was paid for Barcelona, 81% higher than was paid for Lillehammer and twice what you paid for the Albertville rights. I was curious about why a decision was made for such a huge expenditure on those games.

Mr. Manera: I would be happy to answer that. I'll ask the vice-president of finance to clarify the numbers and then Mr. Jim Byrd, the vice-president of English television, to talk a little about the business deal and why we think it's a good business deal and will not be subsidized by Canadian taxpayers.

Mr. Cotsman: The actual amount, as we said earlier, was $20.75 U.S. The actual Canadian equivalent will be—

Mrs. Brown (Calgary Southeast): It's $28.9 Canadian.

Mr. Cotsman: Well, that depends when we pay it and if we decide to hedge against it.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Yes, because the dollar is going to plummet.

Mr. Cotsman: We have confidence it might be better in 1996. Just for the record, that's the official number.

Under the historical statistics, where the numbers you quoted, I believe, are accurate for the Canadian rights, one of the things that were clearly in the air was the increases that had occurred within the rights within the U.S. itself for the U.S. networks. We've been sort of leapfrogging with them, if you go back in history. I didn't bring those numbers with me today, but I know the percentage increases paid by the U.S. networks have gone up dramatically for those same games, if you go back a

[*Traduction*]

Le président: Bien.

M. Manera: Nous nous ferons un plaisir de vous les fournir, monsieur le président.

Mme Brown (Calgary-Sud-Est): Monsieur Manera, je vais revenir sur la question des droits de retransmission des jeux d'Atlanta.

Historiquement, l'acquisition de ces droits en dollars canadiens... par exemple, pour les Jeux d'été de 1992, CTV a payé 20 millions de dollars, et pour Lillehammer c'était aux alentours de 16 millions de dollars. Dans votre soumission vous avez offert de payer 30 millions de dollars canadiens, soit deux fois plus que CTV. Étant donné les chiffres auxquels ces droits étaient cédés par le passé, pourquoi vous lancer dans une dépense aussi lourde? Pourquoi payer si cher, alors qu'au Canada nous savons très bien produire ces émissions et offrir un ensemble complet de retransmission à l'intention des Canadiens?

Pour rentrer dans vos frais, vous allez sans doute devoir engranger près de 50 millions de dollars de recettes publicitaires, soit 40 p. 100 de plus que dans les jeux précédents. Sachant ce que nous savons des habitudes d'écoute des Canadiens et de ce qu'ils aiment regarder et de ce que vous avez dit dans votre exposé sur les recettes publicitaires et ce genre de chose, il me semble que ce sont les contribuables qui vont finir par payer cette facture, en raison de la somme énorme que vous avez offert de payer.

Votre soumission est supérieure de 45 p. 100 à ce que coûtait la retransmission des jeux de Barcelone, 81 p. 100 plus élevée que pour Lillehammer et deux fois ce que vous aviez payé pour les droits d'Albertville. J'aimerais savoir pourquoi vous avez décidé d'offrir une somme aussi énorme pour ces jeux.

M. Manera: Je vous réponds très volontiers. Je demanderai au vice-président aux finances de préciser les chiffres, puis à M. Jim Byrd, le vice-président chargé de la télévision de langue anglaise, de vous parler de l'aspect commercial et des raisons qui nous font penser que c'est une bonne affaire et que les contribuables canadiens n'auront pas à la subventionner.

M. Cotsman: Le montant effectif, comme nous le disions tout à l'heure, est de 20,75$ U.S. L'équivalent canadien sera...

Mme Brown (Calgary-Sud-Est): C'est 28,9$ CAN.

M. Cotsman: Eh bien, cela dépendra du taux de change au moment où nous payerons et des assurances que nous prendrons.

Mme Brown (Calgary-Sud-Est): Oui, parce que le dollar va s'effondrer.

M. Cotsman: Nous pensons que son cours sera meilleur en 1996. Donc, voilà le chiffre officiel.

Pour ce qui est des chiffres historiques, et ceux que vous avez cités pour les droits de diffusion au Canada sont exacts, l'une des tendances dont nous devions tenir compte était l'augmentation du prix des droits payés par les réseaux américains. Si vous regardez les jeux précédents, nous avons joué un peu à saute-mouton avec les réseaux américains. Je n'ai pas ici tous les chiffres, mais je sais que les réseaux américains ont payé beaucoup plus pour la retransmission de ces jeux, par

[*Text*]

couple of rounds. What I'm saying is the percentage increases in the U.S. were much, much higher and there was an expectation, I think, from the Olympic Committee that there would be an increase in Canadian.

I think I'd let Jim speak more to it, but I would just re–emphasize that the basis of our bid was a business case. We believe the revenue numbers we forecast are achievable. We have many more hours, particularly prime time hours, than we have in past Olympics. That will be a contributing factor. We believe the business case is there. It's not our intent, it's not our belief that this will require any subsidization from other funds.

Mr. Byrd: I'll just add a couple of things. First of all, in the bidding I think we had some sense of what the Olympic Committee was expecting in terms of the rights costs for the Canadian broadcast rights. The Olympic Committee told us they were disappointed with the bids. They thought it would be higher. So I don't think our bid was irresponsible compared with what they had projected based on what they thought the market could bear, what the rights were worth and what they were worth in other countries and what they got in other countries. I don't think our bid was irresponsible by any means.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I didn't mean to imply that, if that's what you're thinking.

Mr. Byrd: No, but just for the record, I wouldn't want anybody else to think that is the case, because in fact the Olympic Committee fully expected to attract somewhere around $23 million U.S. for these games and they never got it from any Canadian broadcaster.

The reason we feel confident is, first of all, these are the first games in many years in which they will be live in the eastern time zone, which is where the major market is for our sponsors. That makes a big difference in terms of what revenues you can generate.

Second, we have more hours of Olympic prime time planned than we've had in other years. In terms of costs, the cost to mount the games out of Atlanta will not be as high as we would have had to pay had we gone overseas and had to transport crews, trucks and equipment across the ocean, or had paid to acquire that resource over there.

• 1135

Third, the Olympics this time are one day shorter than they have been in the past. That doesn't seem like much, but when you have a huge crew, huge broadcast rights and huge transmission costs, it makes a significant difference when the games are actually reduced by one day.

For all those reasons, we felt very confident about our numbers. We had surveyed our advertising community. We had some sense about what their level of interest was in the Olympic rights.

I can tell you that we have been on the street since late May selling and we have no reason to doubt our numbers whatsoever. The advertisers are keen, the advertisers are lining up, and we are negotiating deals we're quite happy with. We still feel confident we'll make a profit that we can apply to other programs.

[*Translation*]

rapport aux jeux précédents. Autrement dit, les pourcentages de hausse pour la retransmission aux États–Unis étaient très importants, et le Comité olympique s'attendait à ce qu'il en soit de même pour les droits canadiens.

Je vais laisser Jim vous en dire plus, mais je voudrais simplement souligner de nouveau que notre offre était basée sur des prévisions de recettes. Nous aurons cette fois–ci beaucoup plus d'heures de diffusion que par le passé, particulièrement aux heures de grande écoute. Ce sera un facteur important et qui justifie nos prévisions de recettes. Nous pensons tout à fait pouvoir couvrir la dépense sans avoir besoin de subventions externes.

M. Byrd: J'ajouterais plusieurs choses. Premièrement, lors des appels d'offres, nous avions une bonne idée de ce que le Comité olympique s'attendait à obtenir pour les droits de diffusion au Canada. Le Comité olympique nous a dit avoir été déçu par le montant des soumissions. Il s'attendait à plus. Nous ne pensons donc pas que notre offre était irresponsable, comparée à ce qu'attendait le Comité olympique sur la base du marché, de ce que valent ces droits dans d'autres pays, de ce qu'ils ont obtenu dans d'autres pays. Je ne pense pas du tout que notre offre était excessive, loin de là.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je ne l'insinuais pas du tout, si c'est ce que vous aviez compris.

M. Byrd: Non, mais je ne voudrais laisser planer aucun doute là–dessus, car le Comité olympique s'attendait pleinement à obtenir près de 23 millions de dollars U.S. pour ces droits et aucun diffuseur canadien n'a offert ce montant.

Ce qui motive notre optimisme c'est que, pour la première fois depuis très longtemps, ces jeux vont se dérouler dans le fuseau horaire de l'Est, c'est–à–dire le principal marché de nos annonceurs. Cela fait une grosse différence sur le plan des recettes publicitaires que l'on peut escompter.

Deuxièmement, nous avons prévu de programmer beaucoup plus d'heures de retransmission des Jeux olympiques aux heures de grande écoute que par le passé. Pour ce qui est du coût, les frais de production à Atlanta seront moindres que pour ceux d'autres jeux où nous devions déplacer des équipes, des camions et du matériel de l'autre côté de l'océan ou bien acheter ces ressources sur place.

Troisièmement, les Jeux cette fois–ci durent un jour de moins que par le passé. Cela a peut–être l'air de rien, mais lorsque vous avez une grosse équipe, de gros frais de transmission, une journée de moins fait une grosse différence.

Pour toutes ces raisons, nous pensons que nos chiffres sont bons. Nous avions fait un sondage auprès des annonceurs qui nous avaient donné une bonne idée de leur degré d'intérêt à l'égard des droits olympiques.

Je peux vous dire que nous avons déjà entamé notre campagne de vente depuis fin mai et que nous n'avons aucune raison de douter de nos chiffres. Les annonceurs sont très intéressés, ils font la queue et nous négocions des contrats dont nous sommes très satisfaits. Nous nous sentons très assurés de dégager des profits que nous pourrons utiliser pour financer d'autres programmes.

[*Texte*]

The Chairman: Can I just ask a question of clarity?

I can understand that anybody who is selling a product is always disappointed by what you offer to pay them. That's part of negotiation. If there hadn't been a bid that was close to yours and yours was still the best, no matter how disappointed the Olympic Committee was, wouldn't that have been the bid they would have to take?

Mr. Byrd: No, not necessarily.

The Chairman: What was their alternative, to take no bid?

Mr. Byrd: They could have gone back to the market. The process was wide open and there was no guarantee that a bid submitted would be the winning bid. They could have gone and asked advertisers to break up the rights. They could have said to TSN to take this much, SRC take this much, English television take this much, CTV can take this much, and ask Global if they would like to take a part.

The Olympic Committee had other options if they were not satisfied.

Mr. Manera: All right, I take your point, Mr. Chairman. We're delighted the committee was disappointed that their bid wasn't higher. That's the way we like it to be.

I should add one important point here. The CBC is the only broadcaster in Canada that has the capacity to show the Olympics across the whole country in both official languages. This is an important point, because last time we did not have the rights to the Olympics and large numbers of francophones outside Quebec did not have access to it.

Then the pressure became very intense for the CBC to do something about it. Of course, we didn't have the rights and that was very awkward. That, I think, is an important consideration.

The Chairman: I think we'll move on to Bonnie Brown and then we'll come back to Madam Tremblay and see where all that takes us.

Ms Brown (Oakville—Milton): Thanks, Mr. Chairman. Thank you for coming this morning.

I want to say at the outset that I'm not as enamoured of the results achieved by the free market in the realm of broadcasting and that experienced by the private broadcasters who are profit driven. I really understand the difference between your mandate, which is rather grand and is legislated so you operate within certain confines. I appreciate the value of the infrastructure. You alluded to it fairly briefly, but I don't think Canadians are sufficiently aware of what the CBC has in place, which they have already paid for, and what that can mean for the country.

We've been listening around this table to a lot of talk about the information highway. We've listened to cable people and to computer people. We visited the university and were transported to the Louvre in about seven minutes. We know the world is changing and we're on the verge of this proliferation of competitors for the Canadian viewers, who are your prime market.

[*Traduction*]

Le président: Pourrais-je demander une précision?

Je comprends bien que quiconque vend un produit soit toujours déçu par le prix qu'on lui offre. Cela fait partie du jeu des négociations. S'il y avait eu une autre offre proche de la vôtre, mais inférieure, aussi déçu que le Comité olympique aurait été, n'aurait-il pas été obligé d'accepter la meilleure offre?

M. Byrd: Non, pas nécessairement.

Le président: Quel aurait été son choix, n'en accepter aucune?

M. Byrd: Il aurait pu lancer un autre appel d'offres. Le processus était largement ouvert et il n'y avait aucune garantie qu'une offre soumise serait la gagnante. Il aurait pu scinder les droits de retransmission, donner tant à TSN, tant à la SRC, tant au réseau anglais, tant à CTV et demander à Global si elle en voulait une partie.

Le Comité olympique avait d'autres options s'il n'était pas satisfait par notre offre.

M. Manera: Très bien, j'ai compris où vous vouliez en venir, monsieur le président. Nous sommes ravis que le Comité olympique ait été déçu par le montant de l'offre. C'est ce que nous aimons voir.

Je pense qu'il faut souligner un autre élément important. La SRC est le seul télédiffuseur canadien qui puisse retransmettre les Jeux olympiques dans tout le pays, dans les deux langues officielles. C'est un élément important, car la dernière fois, nous n'avons pas obtenu les droits de diffusion et un grand nombre de francophones en dehors du Québec n'y ont pas eu accès.

Des pressions très importantes ont alors été exercées sur la SRC, afin qu'elle remédie à cette situation. Mais, bien entendu, nous n'avions pas les droits et nous avions les mains liées. Je pense que c'est une considération importante.

Le président: Je vais donner la parole à Bonnie Brown, puis revenir à M^me^ Tremblay et nous verrons jusqu'à quelle heure cela nous mène.

Mme Brown (Oakville—Milton): Je vous remercie, monsieur le président. Merci au témoin d'avoir accepté de se joindre à nous ce matin.

Je dois dire, pour commencer, que je ne suis pas ravie des résultats produits par le libre marché en matière de radiotélédiffusion et de ce que font les télévisions privées qui sont animées par le motif du profit. Je comprends bien la différence entre votre mandat, qui est très exigeant et qui vous est imposé par la loi, et qui limite votre marge de manoeuvre. J'apprécie aussi la valeur de l'infrastructure que vous apportez. Vous y avez fait brièvement allusion, mais je ne pense pas que les Canadiens aient suffisamment conscience de l'infrastructure que la SRC possède déjà, que les contribuables ont déjà payée, et de ce qu'elle peut représenter pour le pays.

On nous a beaucoup parlé à ce comité de l'autoroute de l'information. Nous avons entendu les câblodistributeurs et les informaticiens. Nous avons fait une visite à l'université et l'on nous a transportés au Louvre en près de sept minutes. Nous savons que le monde change vite et que nous sommes à la veille d'une prolifération des concurrents sur le marché canadien, votre marché principal.

[*Text*]

I'm wondering if it's still possible for the corporation, in this new technological world we're about to enter, to help Canadians find themselves and reflect themselves to each other.

I guess the larger idea I have is that over the last few years I have felt as a Canadian that the national soul was under threat. Is it still possible for CBC to play the role that I think a lot of Canadians see for you in retaining that national soul, even as it evolves?

Mr. Manera: I think that's a very thoughtful question and it's at the core of all the thinking and reflection we do. I think the answer is that it is possible and I'd elaborate on that. More important than that, I think the answer is that it is absolutely essential.

Canada is a country that has survived against many odds. It's probably an illogical country in an economic sense, because all the lines of commerce are north and south.

• 1140

Si on considère non pas seulement la survie mais les progrès de notre communauté francophone au Canada, au fil des années, de cette communauté de 6 ou 7 millions de personnes, dans un océan de 270 à 280 millions d'anglophones à travers l'Amérique du Nord, c'est vraiment une réussite, un succès énorme contre des obstacles incroyables.

La Société Radio–Canada a été un des outils importants qui a assuré l'évolution de cette culture, le progrès de cette culture, dans laquelle les francophones canadiens au Québec et à travers le Canada ont maintenant une image d'eux–mêmes. Donc, si c'est possible dans ce sens–là, je pense que c'est aussi possible quand on considère les progrès de la technologie.

In the end we have to remember that people don't watch information highways, fibre optic cable or satellite dishes—they watch programming and content. The key is to have the capacity to have the content to ensure that Canadians—francophone, anglophone, multicultural and aboriginal—can share their experiences, can see themselves, can have a sense of what the history of Canada is or what their daily problems are, and can see the world through the eyes of Canadians. It's absolutely essential that Canadian programming continue to be available.

With the new technology, scarcity of capacity will no longer be a limiting factor. Right now, scarcity of capacity—because the spectrum is limited and the cable channels are limited—prevents the further dissemination of programming. That scarcity will no longer be there, but the economics of producing programs that are interesting and speak to our reality will be there. That will still be a constraint.

So it's not just a matter of having the capacity to distribute that counts, it's also the capacity to produce. That capacity depends on having a talent base, on cultivating the talent, on encouraging it and giving it exposure, and that's what the CBC does. So not only is it possible, it had better be possible, and let's work hard to ensure that it remains possible. Otherwise we're just going to be lost in an ocean of signals that don't speak to the Canadian experience but speak to other values and other realities of foreign programming.

[*Translation*]

Je me demande s'il serait encore possible pour la société, dans ce nouveau monde technologique qui va faire éruption, d'aider les Canadiens à se retrouver et à se connaître.

Depuis quelques années, en tant que Canadienne, j'ai l'impression que l'âme nationale est en péril. Est–il encore possible à la SRC de jouer le rôle que bon nombre de Canadiens attendent de vous, à savoir préserver l'âme nationale, au milieu de toutes ces mutations?

M. Manera: C'est une question très intéressante et qui est au coeur de toute notre réflexion. Je pense que c'est possible, et je vous dirai par quels moyens. Mais surtout, je pense que c'est surtout absolument essentiel.

Le Canada est un pays qui a survécu alors que tout était contre lui. C'est sans doute un pays illogique du point de vue économique, car tous les échanges commerciaux se font du nord au sud.

If we consider not only the survival but the progress of our French–speaking community in Canada, over the years, this community of 6 or 7 million people lost in an ocean of 270 to 280 million anglophones in North America, it is really a success, an enormous achievement against incredible odds.

The Canadian Broadcasting Corporation has been one of the main tools towards the evolution of this culture, the progress of this culture, giving Canadian francophones in Quebec and throughout Canada a reflection of themselves. If this has been possible against such odds, I think it will also be possible in the world of new technology.

Au bout du compte, il ne faut pas perdre de vue que les gens ne regardent pas l'autoroute électronique, le câble optique ou les antennes paraboliques—ils regardent des émissions et un contenu. La clé est de disposer de la capacité de produire un contenu qui fasse que les Canadiens—les francophones, les anglophones, les autochtones et les Canadiens d'autres cultures—puissent partager leur expérience, puissent se voir eux–mêmes, puissent avoir une vision de l'histoire du Canada et de leurs problèmes quotidiens, et puissent voir le monde selon une optique canadienne. Il est absolument essentiel que des émissions canadiennes restent offertes.

Avec les technologies nouvelles, la capacité technique ne sera plus un facteur limitatif. Aujourd'hui, les limites de capacité—parce que le spectre est limité et que le nombre de canaux sur le câble est limité—empêchent une dissémination plus poussée de la programmation. Cette pénurie va disparaître, mais les contraintes économiques de la production d'émissions intéressantes, qui collent à notre réalité, subsisteront.

Ce qui compte, ce n'est donc pas seulement la capacité de distribution, c'est aussi la capacité de production. Cette capacité exige une certaine somme de talents, que l'on cultive ces talents, qu'on les encourage, qu'on leur donne une vitrine, et c'est ce que fait la SRC. Ce n'est donc pas seulement possible, il y a intérêt à faire en sorte que ce soit possible et à travailler fort pour s'assurer que cela reste possible. Autrement, nous serons tout simplement perdus dans un océan de signaux qui ne relatent aucune expérience canadienne, mais sont axés sur des valeurs et des réalités étrangères.

[*Texte*]

Le président: Madame Tremblay.

Mme Tremblay: J'ai un ensemble de questions et de commentaires très courts.

Une première question pour M. Cotsman. Quand j'entends qu'on se base sur le nombre de la population pour calculer les finances, ce serait donc 73 p. 100 en anglais, et 27 p. 100 ou à peu près en français. C'est ce qui a été dit, la dernière fois, quand M. Manera est venu au Comité. Si j'ai le même raisonnement aujourd'hui, on pourrait dire que, dorénavant, au Québec, on donnera 13 p.100 des soins de santé en anglais à un anglophone, puisqu'ils sont 13 p. 100, et 73 p. 100 de sa maladie sera traitée en français. Il me semble que c'est aberrant, qu'on ne peut pas prendre cela comme base, et je pense que tout le monde est d'accord là–dessus. Cela fait comme un *nonsense* dans ma tête.

L'autre question est pour madame Scott.

Mme Scott: Je vais répondre aux questions.

Mme Tremblay: Mon collègue faisait référence tantôt à des statistiques qui sont dans le rapport, et qui viennent de Radio–Canada, dans lesquelles on nous donne les émissions qui ont été les plus populaires en français, avec 2,3 millions de spectateurs, et celles qui ont été les plus populaires en anglais, avec 13 p. 100 de la population anglophone, c'est à dire 2,8 millions de spectateurs. C'est dans ce sens–là, je pense, qu'on prenait pour référence les chiffres de 2.2 millions versus 2.8 millions.

• 1145

Je pense à la différence de budget; j'ai compris tout ce qui entre en jeu dans les émissions anglaises et françaises, mais il y a quand même quelque chose qui m'intrigue. Je suis une grande amateure de télévision. Je regarde beaucoup la télévision. La première chose que je fais le matin après avoir mis mes lunettes, c'est d'allumer la télé, et la dernière chose que je fais avant d'enlever mes lunettes, c'est de l'éteindre.

J'écoute la télé le plus possible, tous les postes, mais surtout Radio–Canada. Je suis donc très contente d'avoir vu disparaître *Les Bleus poudre*, mais je suis un peu triste de voir que *L'Enfer, c'est nous autres* ne revient plus. Bref!

Je regarde la différence de production entre les deux. *Marilyn*, on était tannés qu'elle ne sorte pas de l'hôtel de ville, qu'elle n'aille pas dans les beaux parcs. C'est ça les émissions que l'on produit, nous–autres: c'est dans la cuisine, c'est dans la chambre à coucher, c'est dans le salon. Tandis que les anglais, ils sortent dans la nature, dans les rivières, dans les chaloupes, ça va partout. C'est beau, on voit d'autres choses. Mais nous autres, c'est stagnant. À part nos belles émissions comme *Blanche* qu'on est 3 millions à écouter, ou *Cormoran*, etc. On voit qu'il y a quand même une différence de qualité entre la production anglophone et francophone. On est un peu frustrés de ce côté–là. On pense honnêtement que la qualité des productions n'est pas équivalente comme le voudrait le règlement 3 du paragraphe M(v) qui dit «chercher à être de qualité équivalente en français et en anglais».

Mais ce qui m'intéresse encore plus, c'est celui qui précède et qui dit que la programmation doit être offerte en français et en anglais de manière à refléter la situation et les besoins particuliers des deux collectivités de langues officielles, y compris

[*Traduction*]

The Chairman: Mrs. Tremblay.

Mrs. Tremblay: I've a series of very short questions and comments.

My first question is to Mr. Cotsman. When I hear that budgets are allocated according to population, this means it should be 73% for the English network and 27% for the French network. At least, that's what we were told the last time when Mr. Manera was before our committee. If I were to follow the same reasoning, I would have to say that in Quebec 13% of health care services will be provided in English to an anglophone, since there are 13% of our population, and 73% of his treatment will be provided in French. This seems to me to be an aberration, that we cannot use this as a basis and I believe everybody would agree. In my view, this is just nonsense.

My other question is to Mrs. Scott.

Mrs. Scott: I will answer your questions.

Mrs. Tremblay: My colleague made reference earlier to statistics which are provided in the report and which are from the corporation, concerning the most popular programs in French, with 2.3 million viewers, and the most popular English programs, with 13% of the anglophone population, that is 2.8 million viewers. It is in that sense that we used as a basis figures of 2.2 million versus 2.8 million viewers.

I'm thinking about the difference in budgets; I understand all that comes into play in English and French programs, but I'm still wondering about one thing. I'm a great TV fan. I watch lots of TV. The first thing I do in the morning after putting on my glasses is to switch on the TV and the last thing before I take off my glasses at night is to switch it off.

I watch TV as much as I can, all channels, but especially Radio–Canada. I'm very happy to see *Les Bleus poudre* gone, but sad that *L'Enfer, c'est nous autres* won't be coming back. Anyway!

I noticed the differences in production between the two networks. *Marilyn*, we're fed up to see her always in city hall, that she wouldn't go out into any beautiful parks. These are the shows that we produce, in Quebec: scenes are always shot in a kitchen, a bedroom, a living room. While in the English shows, they are outdoors, on rivers, on boats, all over. It's beautiful, you see different things. But in Quebec, it's always the same, except for our best shows like *Blanche* which has three million followers, or *Cormoran*, etc. There is a noticeable difference of quality between English and French productions and we're getting quite frustrated. Honestly, we don't believe that English and French productions are of equal quality as required by item 3 of subsection M(v).

But the paragraph I'm even more interested in is the preceding one that says that programming should be offered in French and in English in such a way as to reflect the reality and specific needs of both official language communities, including

[*Text*]

ceux des minorités de l'une ou de l'autre langue. Dans ce cas–là, comment se fait–il que Radio–Canada, quand vous êtes passés au CRTC, vous n'ayez pas exigé que les radiodiffuseurs et les câblodistributeurs donnent RDI en français, d'une côte à l'autre?

Il me semble que là, Radio–Canada a manqué à son mandat. Il m'apparaît très important, même s'il faut le prendre sur le budget anglophone, qu'on trouve les moyens de donner, d'une côte à l'autre, le français, comme on trouve le moyen de donner aux nations aborigènes la radio en anglais ou en français ou dans les langues autochtones dans le nord du pays. Ça m'apparaît tout aussi important, pour que vous puissiez remplir votre mandat.

M. Manera: J'aimerais demander à M^me^ Scott d'élaborer d'avantage sur votre question qui porte sur le réseau d'information, parce qu'on veut atteindre le même but, et qui est de savoir quels sont les moyens les plus efficaces pour atteindre cet objectif.

Mais d'abord, voyons la question du financement. C'est une question qui, comme vous le savez, a été posée à plusieurs reprises par vous–même et par d'autres personnes qui sont intéressées. Et on ne prend pas cette question à la légère, car c'est une question importante. M. Cotsman a essayé d'élaborer un peu sur les aspects concrets et les raisons des coût additionnels, et je pense qu'un point important de ses propos note qu'on ne peut pas juger de l'équité ou du manque d'équité d'un financement en faisant la comparaison entre un programme *X* et un programme *Y*, parce qu'il y a toutes sortes de différences entre les programmes.

Il faut considérer la question de façon globale. Et là–dessus, si vous citez la loi, il faut se rappeler que la loi considère la question des résultats de ce qui est à l'antenne, pas les entrées ni les moyens. Donc, si on regarde un peu la qualité de la programmation sur le plan des auditoires, les cotes d'écoutes, etc., il est très évident que la programmation à la télévision française est de très haute qualité. Je pense qu'on n'a rien à défendre dans le sens de la qualité.

Donc les moyens, c'est toutes sortes d'autres choses. Et si on regarde un peu la répartition actuelle, il est très évident que la Société n'a pas décidé de répartir ses budgets en se basant sur la population. Parce que, si on le faisait en se basant sur la population, on serait beaucoup plus faible, sur le plan de l'affectation des crédits, du côté français. Donc on a accepté l'idée qu'il ne faut pas prendre la population pour base.

Mais d'autre part, comme M. Cotsman vient de le souligner, certaines parties de la grille sont beaucoup plus sensibles, dans le sens des coûts, à la population, parce que le poids démocratique est l'élément–clé quand on va acheter des droits etc.

• 1150

Alors, on peut toujours trouver des émissions très particulières où il y a des choses qui ne sont pas aussi bonnes que de l'autre côté. Si on avait une émission comme *Marilyn* du côté anglais — on ne l'a pas, mais si on l'avait — on ferait peut–être la même chose. Je ne sais pas.

Mais on ne peut pas juger de l'équité ou du manque d'équité avec des émissions particulières. Il faut le faire de façon globale. Et dans ce sens–là, je pense qu'il est difficile de trouver la formule équitable absolue. Je n'ai jamais dit ça. J'ai

[*Translation*]

minorities of anglophones and francophones. How come, when the corporation was before the CRTC, you didn't demand that broadcasters and cable operators broadcast RDI in French from coast to coast?

It seems to me that in this instance, the corporation failed its mandate. It seems very important to me that resources should be found, even if they have to be taken out of the English network's budget, to broadcast French from coast to coast, just as we found resources to provide native communities with radio in English or in French and their native tongues in Northern Canada. It seems to me just as important to fulfill your mandate in that respect.

Mr. Manera: I would like to ask Mrs. Scott to elaborate on your question dealing with the information network, because we have the same objective as you, which is to seek the most efficient means to reach that objective.

But let me deal first with your question on financing. It has been raised several times by yourself and other interested members. And we don't take it lightly, for it is an important issue. Mr. Cotsman tried to elaborate on practical aspects and the reasons for the increased costs and one of the main points he made is that it is impossible to assess the equity or lack of equity in financing by comparing one show to another, because there are multitudes of differences between programs.

One has to look at financing from a wider perspective. And if you refer back to the act, it says that results are to be considered in the perspective of what's broadcast and not inputs or resources. And if we look at quality of programs from a ratings point of view, it is quite obvious that French TV programming is of a very high quality. I don't think we have anything to be ashamed of with regard to quality.

As for French production resources, all sorts of factors come into play. And if we look at the present allocation of funding between networks, it is very obvious that the corporation did not allocate resources according to the population base. Indeed, had we done so, funding for the French network would be much lower than it is. Therefore, we have accepted it as a principle not to allocate funding on the basis of population.

On the other hand, as Mr. Cotsman just mentioned, some parts of our programming are much more affected cost–wise by population, since this is the major factor taken into account when we buy distribution rights on a show, etc.

So it is always possible to come up with one specific show where some aspects might not be as good as on the other side. If we had a show like *Marilyn* on the English network — we don't, but if we had one — maybe we would do the same thing. I don't know.

But it is not possible to assess equity or lack of equity based on specific shows. It has to be done globally. And in that sense, I think it is difficult to find a perfectly equitable formula. I never said we had found it. I said there is a problem, but in the real

[*Texte*]

dit qu'il y avait un problème, mais que dans la réalité, avec les contraintes auxquelles nous sommes assujettis, on a essayé de trouver un équilibre entre les deux extrêmes. L'extrême de la population n'est pas valable. L'extrême du 50/50, je pense, n'est pas réaliste pour les raisons que M. Cotsman vient de citer.

Alors on a trouvé, en quelque sorte, une zone d'équité. Je dis une zone, parce que pour moi l'équité, on ne peut pas la mesurer de façon très précise. On en est là. Et M^me^ Scott pourrait peut–être s'étendre un peu là–dessus.

M. Plamondon: Pourquoi un journaliste francophone, qui va faire un reportage en Somalie, n'a le droit et l'argent que pour se louer une motocyclette, et le journaliste anglophone qui va faire le même reportage a le droit de louer un avion là–bas? Parce que moi qui suis dans mon foyer, comme francophone, je voudrais que les nouvelles que j'ai de la Somalie soient aussi claires et complètes qu'en anglais.

M. Manera: Mais oui, monsieur Plamondon. Vous pouvez toujours trouver des exemples comme celui là. . .

M. Plamondon: Mais c'est toujours comme ça aux nouvelles.

M. Manera: Oui, oui. Je peux en citer d'autres comme celui–ci. L'autre jour, j'ai rencontré des employés à Montréal qui se demandaient pourquoi, dans le même service, le département du 10ème étage avait de l'argent pour acheter des ordinateurs ou d'autres matériels et celui du 6ème étage n'avait pas un sou.

Ce n'est pas seulement anglais, français, nouvelles, ou divertissement. Les gens font des comparaisons entre la radio et la télévision. Donc il y a toutes sortes de comparaisons qu'on peut faire, sur des cas très particuliers. Je n'ai pas de réponse à ces questions–là.

Ma réponse est donc qu'il y a deux façons d'obtenir un système absolument équitable. La première, c'est de gérer à partir d'Ottawa, tous les secteurs de la Société. Mais vous ne voulez pas que l'on fasse cela. Alors on écarte cette première option.

La deuxième option c'est d'avoir des livres, des cartables, des règles bureaucratiques, qui exigent qu'avant de faire un achat, on doive demander une approbation à plusieurs niveaux. Ça, c'est l'autre option, si on croit à une délégation de l'autorité, si on croit à une espèce de responsabilité un peu déconcentrée. Alors il faut s'attendre que de temps en temps il y aura des exemples très particuliers où, pour une raison ou pour une autre, ou d'autres fois, par pur hasard, il y aura moins de moyens ici que là.

Mais je ne peux pas justifier tout ça. Moi je regarde les choses de façon globale. On répartit les budgets de la meilleure façon qu'on peut le faire. Il y a des jugements qui sont apportés sur place, soit aux reportages ou soit à d'autres choses. Je n'ai pas dit qu'il n'y avait pas de problèmes. J'accepte qu'il y ait eu un écart de temps en temps, mais je ne peux pas gérer la Société d'Ottawa et vous assurer qu'il n'y aura jamais de manque d'équité comme ça. C'est impossible. C'est la vie.

Le président: Je crois qu'il faut maintenant passer pour. . .

M. Plamondon: Il faut répondre à la question.

Le président: Vous avez quelque chose à ajouter?

Mme Scott: Si vous voulez que je fasse quelques commentaires sur RDI.

[*Traduction*]

world, in view of the constraints we are subjected to, we try to find a balance between two extremes. The extreme of using the population base is not acceptable. The other extreme, of a 50/50 sharing is not realistic for all the reasons Mr. Cotsman gave.

So I think we have found some kind of an equity zone. I say equity zone because I don't think equity can be measured very precisely. This is how things stand. Maybe Mrs. Scott can elaborate more.

Mr. Plamondon: How come a French–speaking reporter, when he goes to Somalia to do a report, has money only to hire a motorbike, while the English reporter doing the same thing can go out and rent an airplane? When I'm at home watching the news, I would like the news I get from Somalia to be as clear and complete as on the English network.

Mr. Manera: Of course, Mr. Plamondon. You will always be able to find examples like this one. . .

Mr. Plamondon: But it's always like that on the news.

Mr. Manera: Yes, yes. I could come up with other examples. The other day, I met employees in Montreal who were asking how come the department on the tenth floor had money to buy computers and other equipment while the department on the sixth floor didn't have a cent.

It's not only between English, French, news or entertainment. People are making also comparisons between radio and TV. You can make all sorts of comparisons on any specific cases. I don't have an answer to questions like this.

My answer is that there are two ways to have an absolutely equitable system. The first would be to manage out of Ottawa all sectors of the corporation. But you don't want us to do that. So, that first option is not available.

The second option would be to have strict accounting rules and bureaucratic rules that request prior authorization from several levels before any purchase can be made. That would be the second option, but we can't use it if we believe in at least some degree of delegation, of decentralization of responsibilities. So it has to be expected that from time to time there will be specific cases where, for one reason or for another, or sometimes by pure chance, there will be more resources here than there.

But it is impossible to justify everything. So I'm looking at it from a global perspective. We allocate budgets the best way we can. Some judgment calls have to be made as we go along, whether it be in newscast or in other areas. I never said everything is perfect. I agree there are some differences from time to time but I can't manage the corporation out of Ottawa and I cannot give you assurance that there never will be inequities like this. It's impossible. It's life.

The Chairman: I think we should now. . .

Mr. Plamondon: We should get an answer to the question.

The Chairman: Do you have something to add?

Mrs. Scott: If you'd like me to make some comments on RDI.

[*Text*]

M. Plamondon: Je pense que c'est une question importante, monsieur le président.

Mme Scott: Oui. C'est une question qui est très importante pour nous . Bien sûr, c'est une question qu'on s'est posée nous–mêmes avant de déposer notre demande au CRTC. En fait, on avait l'avantage d'avoir déjà vécu l'expérience de *Newsworld*, et on connaissait déjà la façon de procéder. On savait aussi que *Newsworld*, avait de la difficulté à se faire distribuer au Québec par certains câblodistributeurs du Québec. C'est ça le problème. Les francophones au pays sont inquiets de ne pas pouvoir avoir accès à ce service.

Mme Tremblay: Mais si ce n'est pas obligatoire, je ne serais pas frustrée de ne pas avoir *Newsworld* à Rimouski. Là je suis frustrée parce que mon câblodistributeur a décidé de ne pas me le donner alors que ça devrait être dans mon service de base.

Mme Scott: Oui. Exactement. C'est. . .

Mme Tremblay: Même si je paye plus.

Mme Scott: C'était ça notre problème quand on a déposé notre demande au CRTC. Et puis on pensait que tout le monde partageait le même but, c'est à dire de rendre accessible aux francophones le service RDI.

• 1155

Mme Tremblay: Ou pour les anglophones qui veulent l'apprendre.

Mme Scott: Ou les anglophones qui veulent l'apprendre, mais il faut dire que c'est un peu différent des services que vous avez notés. Le service de radio est en direct et il est accessible à toute la population.

Alors nous poursuivons, je pense, exactement le même objectif que vous, mais on essaie de le faire de façon plus efficace. On a déjà contacté les câblodistributeurs et avec l'appui du CRTC, on espère pouvoir forcer ces gens à distribuer le service. On va poursuivre nos efforts pour assurer que le service soit dans le service de base, qu'il soit compris dans un service qui a une pénétration de 90 p. 100, pour être sûrs que des gens, qui veulent y avoir accès, aient effectivement accès à ces services.

The Chairman: Thank you, *merci bien*. I think we have time for three more interventions. We'll have one question from Mr. Gallaway, one question from Mr. Solberg, and then I may attempt a bit of a wrap–up commentary.

Mr. Gallaway: Thank you, Mr. Chairman. I didn't know if I should complain about the quality of the dubbing for *He Shoots, He Scores* after hearing Mrs. Tremblay.

I wanted to go back to something that was raised earlier, the Atlanta Olympics. Having heard what Mrs. Brown had to say about what you're paying—$29 million or thereabouts, depending upon the exchange rate—and having heard what was paid by CTV, you're paying about 85% more than what was paid for Lillehammer. I understand the viewing audience for the Olympics is about 50% in the summertime compared to what it is in winter. With an 85% increase in cost, how can you reasonably expect to make any money? I know one of your public relations people stated in the press when you obtained the rights that it's good news for taxpayers, that you're going to make a buck.

[*Translation*]

Mr. Plamondon: I think it's an important issue, Mr. Chairman.

Mrs. Scott: Yes. It's a very important issue for us. Obviously, we had to wrestle with it before we put in our application with the CRTC. In fact, we already had the benefit of the experience with *Newsworld* and we already knew the procedure. We also knew that *Newsworld* was having difficulty getting distribution in Quebec from some cable operators. That is where the problem lies. Francophones throughout the country are concerned at not having access to this service.

Mrs. Tremblay: But if it weren't a requirement of the act, I wouldn't feel frustrated not to have *Newsworld* in Rimouski. But I am frustrated because my cable operator decided not to give it to me while it should be in the basic service.

Mrs. Scott: Yes. Exactly. It is. . .

Mrs. Tremblay: Even if I pay more.

Mrs. Scott: This was our problem when we tabled our application with the CRTC. And we thought that everybody shared the same goal, that is to make the RDI service accessible to francophones.

Mrs. Tremblay: Or for anglophones who want to learn it.

Mrs. Scott: Or for the anglophones who want to learn it, but there is a slight difference in the services you mentioned. The radio is broadcast directly and accessible to all.

I would say that we pursue exactly the same objective, but that we try to do it more efficiently. We already contacted cable operators and we hope to be able, with the help of the CRTC, to force those people to offer that service. We will maintain our efforts to make sure that this is offered in the basic service, in the service that reaches 90% of the population in order that people who want to have access to that service actually have access to it.

Le président: Merci bien, *Thank you*. Je pense que nous avons assez de temps pour trois autres interventions. Je vais laisser à M. Gallaway et à M. Solberg la chance de poser chacun une question, après quoi je vais faire une espèce de résumé.

M. Gallaway: Merci, monsieur le président. Maintenant que j'ai entendu M^me^ Tremblay, je ne sais plus si je vais me plaindre de la qualité du doublage de *Lance et compte*.

Je voulais revenir à un point qui a été soulevé tout à l'heure, les Olympiques d'Atlanta. M^me^ Brown a dit que vous alliez payer à peu près 29 millions de dollars—tout dépendant du taux de change—et sachant ce que CTV a payé, j'arrive à un chiffre qui est supérieur de 85 p. 100 à peu près à ce qui a été payé pour Lillehammer. Je crois savoir aussi que les gens sont deux fois moins nombreux à regarder les Olympiques l'été par comparaison à l'hiver. Avec une augmentation des coûts de 85 p. 100, comment pouvez–vous vous attendre à faire de l'argent? Je sais qu'un de vos agents des relations publiques a dit à la presse que c'est une bonne nouvelle pour les contribuables que les droits obtenus vont vous permettre de réaliser des profits.

[*Texte*]

Mr. Byrd: Our experience has been that our summer numbers are solid numbers for summer Olympics, so I'm not worried about any drop–off in those numbers. I would go back to what I said, that we will have for the first time since, I think, the Olympics in Lake Placid, Olympic Games live everywhere in prime time.

For broadcasters and for advertisers that represents an incredible opportunity that most Olympics do not bring. For the most part the results are known, the highlights have been in news packages, and all the people are seeing are replays of events that happened hours before, because of time zone differences. In Atlanta we will have the opportunity of having those main performances live, which is a big bonus for advertisers, for us, and for our viewers.

I'll reiterate that producing the games out of Atlanta is much cheaper than producing games out of Barcelona or out of Lillehammer or anywhere else like that.

Combining those two factors, then adding that to go at the rights and to go at the advertising on these games we have combined the two networks, English and French, and Newsworld—we have one sales force selling everything. That makes an incredible difference in terms of leveraging deals and things of that nature.

All those factors in our business plan preparation led us to the conclusion that we could make money. All I can tell the committee this morning is that our experience after about a month on the street is that our plan seems to be bearing fruit, exactly as we thought it would. Advertisers are keen and are lining up and are doing deals with us. We're quite satisfied with the deals we're getting, and we're quite confident that all the assumptions that went into that business case will be as we predicted, that we will make money on these Olympics. We don't have any doubt about it.

The Chairman: Of course, I remember a mayor of Montreal who made a similar comment. It's a dangerous—

Some hon. members: Oh, oh!

Mr. Byrd: Except, Mr. Chairman, with respect, we have done it twice before. I don't think people should forget that.

Mr. Manera: We made money on Seoul and Albertville, so we're not new at this game. We've been at it awhile.

The Chairman: Before we pass the last two interventions, I would remind both our guests today from the CBC, all of you, wherever you are out there, that you're invited immediately after this for a really cheap lunch: stale sandwiches—

• 1200

Mr. Manera: We're used to those, Mr. Chairman.

The Chairman: You're invited to room 307, which is next door, and that applies to members of the committee, to our guests from the corporation, wherever you are, and to any staff members who are working with us, either the permanent folks with the committee or otherwise who are working with any individual member. You're all invited.

[*Traduction*]

M. Byrd: Nous savons par expérience que les amateurs des Jeux olympiques d'été sont des téléspectateurs fidèles et je n'ai donc pas peur que leur nombre diminue. Comme je l'ai déjà dit, ce sera la première fois depuis les Olympiques du lac Placid que les Jeux olympiques seront diffusés en direct partout aux heures de grande écoute.

C'est une chance inouïe pour les radiodiffuseurs et les annonceurs. La plupart du temps, à cause du décalage entre les fuseaux horaires, les faits saillants ont déjà été rediffusés aux nouvelles et les gens n'ont droit qu'à des reprises de jeux disputés des heures auparavant. À Atlanta, les principaux événements seront diffusés en direct, ce qui sera exceptionnel pour les annonceurs, pour nous–mêmes et pour nos téléspectateurs.

Je le répète, la diffusion des Jeux à partir d'Atlanta coûtera beaucoup moins cher que dans le cas de Barcelone, de Lillehammer ou d'une autre ville de ce genre.

Ces deux facteurs alliés au fait que nous avons obtenu les droits de retransmission, sans oublier la publicité sur les deux réseaux, anglais et français, et au canal Newsworld, nous donneront une grande force de frappe. Il nous sera beaucoup plus facile de conclure des marchés et de vendre notre produit.

Nous avons tenu compte de tous ces facteurs au moment de la préparation de notre plan d'entreprise et nous en sommes arrivés à la conclusion que nous pourrions faire de l'argent. Tout ce que je peux dire au comité ce matin, c'est qu'au bout d'un mois, notre plan semble produire déjà les résultats escomptés. Les annonceurs ne demandent pas mieux que de conclure des ententes avec nous. Nous sommes très satisfaits des ententes intervenues jusqu'à maintenant et nous sommes persuadés que toutes nos prévisions vont se réaliser, que nous allons faire de l'argent avec ces Olympiques. Cela ne fait aucun doute pour nous.

Le président: Je me souviens qu'un maire de Montréal a déjà dit la même chose. Il est parfois dangereux. . .

Des voix: Ah, ah!

M. Byrd: Sauf, monsieur le président, que nous avons déjà réussi ce tour de force. Il ne faudrait pas l'oublier.

M. Manera: Nous avons fait de l'argent à Séoul comme à Albertville et nous connaissons donc les règles du jeu. Elles n'ont rien de nouveau pour nous.

Le président: Avant que nous passions aux deux dernières interventions, j'aimerais rappeler à nos invités de Radio–Canada, à vous tous, où que vous soyez, que vous êtes conviés, dès que nous aurons terminé la séance à un lunch plutôt frugal: des sandwichs rassis. . .

M. Manera: Nous en avons l'habitude, monsieur le président.

Le président: Vous êtes tous invités à la pièce 307, juste à côté, et j'entends par là les membres du Comité, nos invités de la SRC, où que vous soyez, tous ceux qui travaillent avec nous, que ce soit en permanence ou auprès d'un député. Vous êtes tous invités.

[*Text*]

We pass to a final question from Mr. Solberg, and then I'll make a couple of remarks and we'll be done.

Mr. Solberg: I have a quick comment, first. In just thinking about all of this, it really makes me think it would be a very good approach—and you may want to pursue this later—when we're talking about the whole puzzle of Canadian broadcasting to say what do private broadcasters want to do and are they capable of doing it while making a buck, and leaving the rest open to CBC? I don't think we've gone through that exercise in this country yet, and I think we should.

The question I want to ask is with respect to the Olympics and I guess with the hockey, which I think CTV originally bid $35 million for, somewhere in that range over the five years. At least that's what they've said fairly publicly. I'm concerned that we're saying we can make a buck at this, but is there a way for us to find out whether or not you do make a buck? I guess that begs a larger question: how are you accountable? And the third point I want to make is that you would have made a lot more bucks if you had bid $13 million instead of $29 million.

Mr. Manera: First of all, if we had bid $13 million there's no guarantee we would have gotten the rights for $13 million. We wouldn't have gotten them. Mr. Byrd has already indicated that there were other options available to the committee for breaking up the rights clause. That's the first thing.

We are accountable in several different ways, Mr. Chairman. First of all, the Auditor General audits our books every year and submits a report. Second, this year the Auditor General will be doing a special examination, which is required under the act every five years. We also appear before the CRTC for the renewal of our licences. That's the third element. The fourth element is that we appear before this parliamentary committee to answer questions. In terms of accountability, I think we're certainly far more accountable than the private sector.

Mr. Solberg: But we're all powerless to do anything, even if there are things uncovered.

Mr. Manera: Parliament is not powerless, Parliament is—

Mr. Solberg: This committee is.

Mr. Manera: This committee is an extension of Parliament, I assume, so I would not presume—

Mr. Solberg: No. . .well, yes.

Mr. Manera: Mr. Chairman, obviously we operate at the pleasure of Parliament. Parliament decides what our mandate is and Parliament decides how much money to vote. So the ultimate authority is with Parliament. But we are accountable. We report and we answer questions and our board holds us accountable. I think we're far more accountable in a public way than any private enterprise, and that's the way it should be. We're not in any way reluctant. We're very accountable.

[*Translation*]

M. Solberg va poser la dernière question, je vais faire une ou deux remarques, puis nous aurons terminé.

M. Solberg: J'aurais d'abord une brève observation à faire. J'ai repensé à tout cela et je me suis dit que ce serait une très bonne idée—que vous vous voudrez peut–être examiner plus tard. Pourquoi ne pas nous demander, si on regarde l'ensemble de la radiodiffusion au Canada, ce que les radiodiffuseurs privés veulent faire et s'ils sont capables de le faire tout en réalisant des profits et en laissant à la SRC le soin de faire le reste? Je ne pense pas que nous nous soyons déjà posé cette question au Canada, et je crois que nous devrions le faire.

La question que j'ai à poser touche aux Olympiques et je suppose aussi au hockey, pour lequel CTV a fait au départ une offre de 35 millions de dollars sur une période ce cinq ans. C'est du moins ce que le réseau a laissé entendre quasi publiquement. Vous dites que cela peut être profitable pour vous, mais y a–t–il moyen pour nous de savoir si vous faites ou non de l'argent? Cela m'amène à vous poser la vraie question: à qui rendez–vous des comptes? La troisième chose que j'ai à dire, c'est que vous auriez fait beaucoup plus d'argent si vous aviez fait une offre de 13 millions de dollars au lieu de 29 millions de dollars.

M. Manera: Tout d'abord, si nous avions fait une offre de 13 millions de dollars, rien ne nous dit que nous aurions obtenu les droits de retransmission. Nous ne les aurions pas obtenus. M. Byrd a déjà indiqué que le comité aurait pu s'y prendre autrement pour faire annuler la clause des droits. C'est la première chose que j'avais à dire.

On nous oblige à rendre des comptes de bien des manières différentes, monsieur le président. Premièrement, le vérificateur général vérifie nos livres chaque année et en fait rapport. Deuxièmement, cette année, il va procéder à un examen spécial quinquénal prévu par la loi. Nous comparaissons aussi devant le CRTC pour le renouvellement de nos licences. C'est le troisième élément. Le quatrième, c'est que nous comparaissons devant votre comité parlementaire pour répondre à vos questions. Je dirais donc que nous avons sûrement beaucoup plus de comptes à rendre que le secteur privé.

M. Solberg: Mais nous ne pouvons rien faire, même en cas de besoin.

M. Manera: Le Parlement n'est pas impuissant, il est. . .

M. Solberg: Ce comité–ci l'est.

M. Manera: Le comité est un prolongement du Parlement et je suppose donc. . .

M. Solberg: Non. . .en fait, oui.

M. Manera: De toute évidence, monsieur le président, nous devons nous plier au bon vouloir du Parlement. C'est lui qui décide de notre mandat et c'est lui qui décide des crédits qui nous sont alloués. C'est donc au Parlement que reviennent tous les pouvoirs. On nous demande des comptes. Nous avons à répondre à certaines questions et nous sommes responsables devant notre conseil d'administration. Je pense que nous avons beaucoup plus de comptes à rendre publiquement que n'importe quelle entreprise du secteur privé, et c'est parfait ainsi. Nous ne nous y opposons pas. Je dirais que nous sommes très responsabilisés.

[*Texte*]

Mr. Solberg: I think private enterprise is accountable to their shareholders and they have to make a profit.

Mr. Manera: So are we. You're our shareholders. Parliament is our shareholders—

Mr. Solberg: Yes, but—

Mr. Manera: —on behalf of the Canadian people.

The Chairman: And the shareholders aren't done with you yet. You're coming back this afternoon.

Thank you, Mr. Solberg.

I must say I can't resist, as a former journalist, noting when you were asked the question as to when you expected the broadcasting centre to be back on target in terms of getting some of your money back... I think there were four conditions I noted: very likely the Toronto real estate market would have revived; Bramalea shares would have to come back; interest rates would have to decline; and the lion is going to lie down with the lamb. I think those were the four operational conditions there.

Mr. Manera: You can skip the last condition. The last condition is not essential or desirable.

The Chairman: Who says that man can't live by faith alone?

First of all, I'd like to thank you for appearing before us and to thank you for sharing the information. I note that yesterday, after asking the minister, we finally received various corporate plans, including 1994–95, for which we're grateful. I think it would be remiss if we didn't congratulate you on some of the initiatives you've already undertaken, as you indicated in your previous time before us, whether it's the imaginative work at Windsor, which I know has broken ground, whether it's your work with Newsworld International and Trio and your agreements with foreign broadcasters. I think you're to be congratulated on all that. I wish you would pass the appropriate thanks on to your colleagues.

• 1205

Second, in reviewing the notes of our previous meeting with you, Mr. Manera, you said you would be undertaking a major review of all of your expenditures through an in–depth review to identify further economies, further revenue opportunities and further useful applications of technology. When the minister made his announcement that we'd be getting the mandate, you said you were pleased that these public consultations in the fall would be useful to the corporation as you complete an in–depth review of your resources and develop your programming strategy.

There are two ways we can look at this funding question, and I simply put this out for our work in the fall. One is new sources of money and the other is new sources of economy, because the result will be the same. You offered us the deal that you'll find $2 of cuts for every $1 of additional revenue, but we may offer to help you find $3 or $4 in cuts and we won't have to find the other $1 of revenue. But we'll explore all of these things with you in the fall.

[*Traduction*]

M. Solberg: Je pense que l'entreprise privée est responsable devant les actionnaires et qu'elle réalise des profits.

M. Manera: Nous aussi. Vous êtes nos actionnaires. Le Parlement est notre actionnaire...

M. Solberg: Oui, mais...

M. Manera: ...au nom de la population canadienne.

Le président: Et vous n'avez pas encore fini d'entendre parler des actionnaires. Vous allez revenir cet après–midi.

Merci, monsieur Solberg.

Je n'ai pas pu résister, moi qui ai été journaliste, à la tentation de relever ce que vous avez dit lorsqu'on vous a demandé quand vous vous attendiez à ce que le centre de radiodiffusion commence à rentrer dans ses frais... Vous avez énuméré quatre conditions, c'est–à–dire qu'il faudrait que le marché immobilier de Toronto se redresse, que les actions de Bramalea soient remises en circulation, que les taux d'intérêt baissent et que le lion fasse bon ménage avec l'agneau. C'étaient, je pense, les quatre conditions que vous avez énumérées.

M. Manera: Vous pouvez laisser tomber la dernière. Elle n'est ni essentielle ni souhaitable.

Le président: Qui a dit qu'il ne suffit pas d'avoir la foi?

Tout d'abord, j'aimerais vous remercier d'avoir bien voulu comparaître devant nous pour nous faire partager vos vues. Je me suis aperçu que nous avions enfin reçu hier, après en avoir fait la demande au ministre, divers plans d'entreprise, pour 1994–1995, et nous en sommes très heureux. Je me montrerai négligeant en ne vous félicitant pas de certaines des initiatives que vous avez déjà prises, comme vous l'avez dit la dernière fois que nous vous avons rencontré, que ce soit dans le cas de Windsor, où vous avez fait preuve d'une imagination sans pareille, où que ce soit avec Newsworld International et Trio et vos accords avec des radiodiffuseurs étrangers. Je pense que des félicitations s'imposent. J'aimerais que vous fassiez part de nos remerciements à vos collègues.

J'ai aussi relu le compte rendu de notre dernière réunion avec vous, monsieur Manera, réunion au cours de laquelle vous avez dit que vous alliez entreprendre un examen approfondi de toutes vos dépenses pour trouver d'autres moyens d'économiser, d'autres sources de revenu et de nouvelles applications de la technologie. Lorsque le ministre a annoncé ce qu'allait être notre mandat, vous avez dit que les consultations publiques que nous allons tenir à l'automne seraient utiles à la société dans le cadre de son examen en profondeur des ressources et de l'élaboration de sa stratégie de diffusion.

Il y a deux façons d'envisager la question du financement, mais je ne fais que sonder le terrain ici en prévision des travaux que nous entreprendrons à l'automne. Il y a, d'une part, les nouvelles sources de financement et, d'autre part, les nouvelles sources d'économies, parce que le résultat sera le même. Vous nous avez proposé de réduire vos dépenses de 2$ pour chaque dollar que nous vous donnerons de plus, mais il se pourrait que nous vous proposerions de vous aider à les réduire de 3$ ou 4$ sans avoir à trouver le dollar dont vous parliez. Nous allons examiner tout cela avec vous à l'automne.

[*Text*]

In order for that work to proceed, we're much helped by the late receipt of these documents. We would like to get some of the following information from you over the course of the summer, or as soon as you can make it.

We would like to have the results of the in–depth review of resources that you spoke of, including your assessment of alternative revenue generating mechanisms. The sooner we have that, the better we'll be prepared for the meeting in the fall. We'd like some material identifying the changes from the 1994–95 corporate plan that might be affected by what you tell us in the review of resources. We'd be very appreciative if you'd send us a program evaluation prepared for the CBC during the last five years by independent experts, as well as any special examination reports of the Auditor General produced in the last five years. We would appreciate having full audience measurement statistics, audience surveys and market research studies to help us in our work, keeping in mind that some of this may have to be delivered in a manner that doesn't ruin your competitive advantage in any way.

Thank you for opening up the discussion, which we'll have in a much fuller manner in the fall. Together I hope we can find solutions to problems of the corporation. I think you can detect expressions of goodwill and concern around the table, and I certainly share those. I thank you and remind you of lunch, and we look forward to seeing at least a couple of you in the session afterwards.

Mr. Manera: For clarification, I tried to write down those things... We will be pleased to comply with them, but there's one I didn't understand. You said something about program evaluation reports for CBC prepared by experts. I don't know what that—

The Chairman: If you've brought in an outside consultant to look at any part of your activities, that might give us a better handle on the sort of problems you're dealing with...

Mr. Manera: I see.

The Chairman: Any independently commissioned reports that would help us better understand your current financial situation and your take on future options would be very helpful to us.

Mr. Manera: Sure, to the extent that we've commissioned such reports, we'll be happy to share them.

The Chairman: Sure, and you're in a better position to know what those might be.

Madame Tremblay, pour un rappel au Règlement.

Mme Tremblay: Il se pourrait que nous ayons un vote à trois heures tout de suite après la période de questions. Si nous sommes un peu en retard, il ne faudrait pas que nos invités s'inquiètent.

Le président: D'accord.

Mme Tremblay: Deuxième chose, à 17h30, il y a le débat de la motion du Parti réformiste qui est sur la privatisation de Radio–Canada, débat auquel je dois participer. Donc malheureusement, je devrai partir à 17h30.

[*Translation*]

Les documents que nous venons d'obtenir vont beaucoup nous aider dans nos travaux. Il y a aussi d'autres renseignements que nous aimerions obtenir de vous au cours de l'été, ou dès que vous pourrez nous les fournir.

Nous aimerions avoir les résultats de l'étude en profondeur que vous avez mentionnée, y compris votre évaluation d'autres sources de revenu. Plus tôt nous aurons ces renseignements, mieux nous serons préparés à l'automne. Nous aimerions aussi avoir une idée des changements qui seront apportés au plan d'entreprise de 1994–1995 suite à l'examen des ressources. Nous vous serions très reconnaissants de nous envoyer une évaluation des programmes préparée pour la SRC au cours des cinq dernières années par des experts indépendants, ainsi que tous les rapports spéciaux publiés par le vérificateur général au cours des cinq dernières années. Nous vous serions reconnaissants aussi de nous communiquer vos statistiques sur les cotes d'écoute, les résultats de vos recherches sur l'auditoire et vos études de marché pour nous aider dans nos travaux, même si vous devez nous les présenter de manière à ne pas rogner votre avantage concurrentiel.

Je vous remercie d'avoir lancé la discussion; nous allons pouvoir la poursuivre à l'automne. J'espère que nous pourrons trouver ensemble des solutions aux problèmes avec lesquels la Société est aux prises. Je suis certain que vous avez constaté la bonne volonté et l'intérêt qui règne ici. Je vous remercie. N'oubliez pas le lunch. Nous espérons revoir un ou deux d'entre vous à la deuxième partie de la réunion.

M. Manera: J'ai essayé de prendre en note ce que vous m'avez demandé... Nous nous ferons un plaisir de vous fournir ces documents, mais il y a une chose que je n'ai pas comprise. Vous avez parlé de rapports d'évaluation de programmes préparés pour la SRC par des experts. Je ne sais pas ce que...

Le président: Si une étude de vos activités a été faite par un consultant de l'extérieur, elle pourrait nous donner une meilleure idée du genre de problèmes avec lesquels...

M. Manera: Je vois.

Le président: Tous les rapports de sources indépendantes qui pourraient nous aider à mieux comprendre votre situation financière actuelle et vos options futures, nous seraient très utiles.

M. Manera: Dans la mesure où nous avons commandé de tels rapports, nous nous ferons un plaisir de vous les communiquer.

Le président: Et vous êtes mieux placé que moi pour savoir quels pourraient être ces rapports.

Mrs. Tremblay, you have a point of order.

Mrs. Tremblay: There might be a vote at 3 o'clock right after the question period. If we are a bit late, our guests should not worry.

The Chairman: Right.

Mrs. Tremblay: Also, at 5:30 p.m., there is a debate on the Reform Party motion concerning the privitization of CBC, and I must participate. Unfortunately, I will have to leave at 5:30.

[*Texte*]

Le président: Nous sommes donc un peu coincés. Dès que les votes seront terminés, nous serons là. Mais, ne soyez pas découragés si nous ne sommes pas à l'heure, parce que nous avons d'autres obligations. Certaines personnes seront même obligées de quitter la pièce avant 17h30.

[*Traduction*]

The Chairman: Our schedule is quite tight. As soon as the vote is over, we will be there. Don't leave if we're not there on time because we have other obligations. Some members will even have to leave before 5:30.

• 1210

Roughly how long will the presentation take this afternoon?

Mr. Manera: We're talking an hour, Mr. Chairman.

The Chairman: I see, so we have some time there. That's good.

I declare this session closed and lunch served.

Combien de temps à peu près durera votre exposé cet après-midi?

M. Manera: Je dirais une heure, monsieur le président.

Le président: Je vois. Nous ne serons donc pas trop coincés. C'est bien.

La séance est levée et le lunch est servi.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid / Port payé
Lettermail / Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the Canadian Broadcasting Corporation:

Anthony S. Manera, President, Chief Executive Officer;
Stephen Cotsman, Vice–President, Finance and Administration;
Jim Byrd, Vice–President, English Television Networks;
Michèle Fortin, Vice–President, French Television;
Sheridan Scott, Vice–President, Planning and Regulatory Affairs.

TÉMOINS

De la Société Radio–Canada:

Anthony S. Manera, président, Directeur général;
Stephen Cotsman, vice–président, Finances et administration;
Jim Byrd, vice–président Des réseaux anglais de télévision;
Michèle Fortin, vice–présidente, Télévision française;
Sheridan Scott, vice–présidente, Planification et réglementation.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

CA1
YC C
C

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 24

Tuesday, June 21, 1994

Chairperson: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 24

Le mardi 21 juin 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of culture and the information highway

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la culture et l'autoroute de l'information

---

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

University of Toronto

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chairperson: John Godfrey

Vice-Chairs: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Associate Members

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice-présidentes: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary–Sud–Est)
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Membres associés

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

TUESDAY, JUNE 21, 1994
(29)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 3:36 o'clock p.m. this day, in Room 308, West Block, the Chairman, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Eleni Bakopanos, Bonnie Brown, Jan Brown, Roger Gallaway, John Godfrey, Glen McKinnon, Monte Solberg, Suzanne Tremblay.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: From the Canadian Broadcasting Corporation: Anthony S. Manera, President, Chief Executive Officer; Sheridan Scott, Vice–President, Planning and Regulatory Affairs; Paul Mills, Head, Toronto Radio Production Centre; David Keeble, Senior Planning Officer, Planning and Corporate Affairs; Denis Doucet, General Manager, Administration and Operations, Radio; Bruce McKay, Director, Planning and Policy, English Television.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), and its Order of Wednesday, April 27, 1994, the Committee received a briefing from the Canadian Broadcasting Corporation concerning culture and the information highway. *(See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Tuesday, May 24, 1994, Issue No. 14).*

Anthony S. Manera and the other witnesses, each made a statement, and answered questions.

At 5:30 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE MARDI 21 JUIN 1994
(29)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 15 h 36, dans la salle 308 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Eleni Bakopanos, Bonnie Brown, Jan Brown, Roger Gallaway, John Godfrey, Glen McKinnon, Monte Solberg, Suzanne Tremblay.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: De la Société Radio–Canada: Anthony S. Manera, président directeur–général; Sheridan Scott, vice–présidente, Planification et réglementation; Paul Mills, chef, Centre de production de la radio à Toronto; David Keeble, premier agent de planification, Planification et développement institutionnel; Denis Doucet, directeur général, Administration et exploitation radio; Bruce McKay, directeur, Planification et politique, Télévision anglaise.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) et son ordre de renvoi du mercredi 27 avril 1994, le Comité entend des fonctionnaires de la Société Radio–Canada au sujet de la culture et de l'autoroute de l'information (*voir les Procès–verbaux et témoignages du mardi 24 mai 1994, fascicule nº 14*).

Anthony S. Manera et les autres témoins font chacun un exposé et répondent aux questions.

À 17 h 30, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Tuesday, June 21, 1994

• 1537

The Chairman: Order.

Ladies and gentlemen, we're back for round two with Radio–Canada.

I invite my colleagues to join us at the table. Mr. President, we excuse ourselves once again for the fact that we had to vote, but I'm told that we might be voting at any time of the day or night. I think we're safe for the moment, but there are threats of votes tonight.

Since several of us have to be back in the House for a debate on Jan Brown's motion... Is it at 5:30?

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Yes. I'll be in the House from 5:30 to 6:30.

The Chairman: Right. So we're going to try to move right along.

Welcome back. You've changed teams completely. You've worn out the first lot, and you've brought a new bunch in. Mr. President, please introduce your latest team. Oh, I see one or two who were here before.

Mr. Anthony Manera (President and Chief Executive Officer, Canadian Broadcasting Corporation): I've been reassigned.

Monsieur le président, ce matin nous allons parler du mandat de la Société Radio–Canada et de son rôle, actuel et futur, dans l'environnement de la radiodiffusion. Nous allons parler aussi du défi financier auquel la Société doit faire face et de la démarche stratégique que nous sommes en train d'élaborer pour répondre à ce défi.

This afternoon you've asked us to contribute to your ongoing investigation of culture and the information highway, in particular its impact on the CBC. We are pleased to respond to that request, because obviously it's a subject that's much on our minds these days.

Let me say, first of all, that the information highway and the multi–channel universe don't frighten us. We actually believe that they have the potential to make the CBC even more relevant and even more productive than it is now. To show you why we feel this way, we want to focus on some current developments inside our industry and inside the CBC, new methods of both producing and distributing our programs, made possible primarily through the rapid spread of digital technology in all aspects of our operations.

La SRC est déjà *leader* dans le développement et l'exploitation de ces nouvelles technologies. Elles exigent des investissements importants pour les équipements et pour la formation du personnel. Il est également nécessaire et possible de développer des nouvelles méthodes de travail, et de nouvelles façons d'organiser les tâches. Il faut aussi avoir de nouvelles relations avec nos syndicats.

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mardi 21 juin 1994

Le président: La séance est ouverte.

Mesdames et messieurs, nous allons maintenant commencer notre deuxième ronde avec la Société Radio–Canada.

J'invite mes collègues à se joindre à nous à la table. Monsieur le président, je vous prie une fois de plus de nous excuser parce que nous avons dû aller voter, mais on me dit que nous pourrions être appelés à voter n'importe quand, jour et nuit. Je pense que nous serons tranquilles pour le moment, mais nous risquons de devoir aller voter ce soir.

Étant donné que plusieurs d'entre nous devrons retourner à la Chambre pour un débat sur la motion de Jan Brown... Est–ce à 17h30.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Oui. Je serai à la Chambre de 17h30 à 18h30.

Le président: Très bien. Nous allons donc tenter de procéder tout de suite.

Je vous souhaite de nouveau la bienvenue. Votre équipe a complètement changé. Comme vous premiers équipiers étaient épuisés, vous les avez remplacés par des troupes fraîches. Monsieur le président, veuillez nous présenter cette équipe–ci. Oh, je reconnais une ou deux personnes que j'ai déjà vues.

M. Anthony Manera (président et chef de la direction, Société Radio–Canada): On m'a encore assigné à comparaître.

Mr. Chairman, we will now address the mandate and the present and future roles of the CBC in the broadcasting context. We will also talk about the financial challenge that the CBC must meet and about the strategic approach that we are setting up to that end.

Cet après–midi, vous nous avez demandé de contribuer à vos recherches sur la culture et sur l'autoroute électronique, et plus particulièrement sur l'impact qui en résulte pour la SRC. Nous sommes heureux de répondre à cette demande, car c'est manifestement un sujet qui nous préoccupe beaucoup ces temps–ci.

Je tiens d'abord à dire que l'autoroute électronique et l'univers multicanaux ne nous font pas peur. Nous sommes vraiment convaincus qu'ils sont susceptibles de faire de la SRC une entreprise encore plus intéressante et plus productive qu'elle ne l'est déjà. Pour vous montrer ce qui nous amène à cette conclusion, nous aimerions vous parler de certains aspects de l'évolution récente de l'industrie de la radiodiffusion et de la SRC même, c'est–à–dire des nouvelles méthodes de production et de distribution de nos émissions rendues possible essentiellement grâce à la pénétration rapide de la technologie numérique dans tous les aspects de nos opérations.

The CBC is already a leader in the development news of those new technologies, which entail large investments in equipment and in personnel training. It is both essential and possible to develop new working methods and new ways of organizing our tasks. We also need a new relationship with our unions.

[*Texte*]

[*Traduction*]

• 1540

These new operating methods, based on new technology, are what will make it possible for the CBC to maintain its traditional role as the primary provider of Canadian content for Canadian audiences, to preserve and to strengthen its core services, to build upon them as the foundation for additional specialty services, to continue to be relevant and central in the multi–channel universe, and to do all this with greater efficiency and productivity, thus addressing our financial challenges.

We'd like to take about an hour to describe the new technologies and some of their implications for us, after which we will welcome your questions and comments.

Permit me now to introduce the people who will make the presentation.

Madame Sheridan Scott, la dame en bleu que vous avez déjà rencontrée ce matin, est la vice–présidente à la planification et la réglementation; à ses côtés, à la gauche de M^me^ Scott,

Mr. David Keeble, senior planning officer, planning and corporate affairs; Paul Mills, head of the Toronto Radio Production Centre; Denis Doucet, who is

directeur général de l'administration et de l'exploitation radio;

and Bruce McKay, director of planning and policy for English television.

Ms Sheridan Scott (Vice–President, Planning and Regulatory Affairs, Canadian Broadcasting Corporation): This afternoon we'll be presenting to you our view of the changing broadcast environment, and in particular, changes to the technological basis for the production of our programs and the distribution of our programs.

As many before us have said to you, the industry is in a constant state of change. There are changes, first of all, to the ways in which television and radio programs are distributed to the listener or viewer. More fundamentally, there are changes to the ways in which these same television and radio programs are actually produced. There are also industrial changes, both in the context of the production of programs and the distribution of programs.

Tout d'abord, les méthodes de distribution. À l'avenir, nous serons les témoins de la croissance des radios et des télévisions numériques. En effet, la distribution des services de programmation se fera au moyen de bits numériques plutôt que par signal analogue. Mon collègue, David Keeble, vous décrira en détails ces deux nouvelles technologies. Ensuite, David fera une allusion à la possibilité d'utiliser la réception directe par satellite. Et, pour compléter cette discussion, il fera certaines observations sur le concept populaire de l'autoroute de l'information.

Les changements vont être extrêmement profonds au niveau de la production des émissions de télévision et de radio. Et trois représentants de nos services de radio et de télévision, Paul Mills, Bruce McKay et Denis Doucet, vous donneront des exemples concrets des changements dans le domaine des techniques de production. En particulier, ils vous décriront la révolution numérique ainsi que la nouvelle technologie de production qui en découle.

Ce sont ces nouvelles techniques d'exploitation basées sur la technologie nouvelle qui vont permettre à SRC de continuer à jouer son rôle traditionnel de principal fournisseur de contenu canadien aux auditoires canadiens, de préserver et de renforcer ses services de base et des les enrichir en partant d'eux pour offrir d'autres services spécialisés, de conserver sa pertinence et d'être au coeur même de l'univers multi–canaux, tout cela avec une efficience et une productivité accrues de façon à relever ses défis financiers.

Nous aimerions prendre environ une heure pour vous décrire les différents aspects de la technologie nouvelle et certaines de leurs indications pour nous, après quoi nous nous ferons un plaisir d'écouter vos commentaires et de répondre à vos questions.

Permettez–moi maintenant de vous présenter les gens qui vont vous donner l'exposé.

Mrs. Sheridan Scott, the lady in blue whom you've already met this morning, is our vice–president, Planning and Regulatory Affairs; to her left is

M. David Keeble, agent principal de planification, Planification et Affaires institutionnelles; Paul Mills, chef du Centre de production radio de Toronto; Denis Doucet,

director general, Radio Administration and Operations;

et Bruce McKay, directeur de la Planification et des Politiques pour le réseau anglais de télévision.

Mme Sheridan Scott (vice–présidente, Planification et réglementation, Société Radio–Canada): Nous allons vous présenter cet après–midi notre perception de l'univers en pleine évolution de la radiodiffusion, et nous allons vous parler particulièrement des changements de la technologie qui sous–tend la production et la distribution de nos émissions.

Combien d'autres vous l'ont déjà dit, notre industrie est en perpétuel changement. Nous vivons d'abord des changements dans les modes de distribution des émissions de télévision et de radio aux spectateurs ou aux auditeurs. Plus fondamentalement encore, nous faisons face à des changements dans les méthodes de production de ces émissions de télévision et de radio. À cela s'ajoutent des changements industriels, à la fois dans le contexte de la production et dans celui de la distribution des émissions.

I will first talk about the distribution methods. In the future, we will witness the expansion of digital radio and tv. As a matter of fact, program distribution will be done with digital bits rather than with analog signals. My colleague, David Keeble, will describe those two new technologies in detail, after which he will alude to the possibility of direct satellite broadcasting. Then, to conclude his presentation, he will offer some comments on the popular concept of the information highway.

At the television and radio programming production level, the changes will be extremely far–reaching. So, the three representatives of our radio and television services, Paul Mills, Bruce McKay and Denis Doucet, will give you concrete examples of the changes we expect in the area of production methods. They will specifically describe for you the digital revolution, together with the new production technology that it will bring about.

[*Text*]

Mais ces changements ne se feront pas seuls. Il faudra se pencher également sur les nouvelles méthodes de travail qui nous permettront de maximiser les avantages de l'évolution technologique. Nous espérons en effet que ces changements de méthodes de production ainsi que l'évolution au niveau de nos méthodes de travail auront comme résultats non seulement une productivité accrue, mais une meilleure qualité d'émissions.

Before they begin, I would like to address one further dimension to this mix. At the same time as we're changing the way in which we produce and distribute our programming services, the industrial context in which we operate is also in a state of flux.

First, globalization—broadcasters are functioning in world markets, not just local markets. This means demands for greater quality, it means more competition for the viewers' and listeners' attention, and it means more regulatory complexity.

Second, players who are new to the broadcast industry are playing key parts. You only have to think of computer companies like IBM and telephone companies like Stentor to appreciate the new relationships that are forming.

• 1545

Third, strategic alliances are becoming an increasingly important means for dealing with increased competition and spiralling costs. The CBC interacted with the private sector largely through its affiliates—those who provide partial network programming—ten years ago. We now have a wider range of partnerships or associations, both with affiliates and with other private companies.

Fourth, there are more services available, which further fragments the market. What does market fragmentation mean? First, the revenues needed to pay for Canadian programs have been static for years. At the same time, there are now more competitors chasing the same dollars. The result, of course, is less money for each player.

Here's another view of fragmentation from the audience's point of view. As this graph shows, the amount of time Canadians spend watching television has remained stable at about 23 hours a week over the past 25 years. However, during that time the number of stations on the dial has increased dramatically. When you divide the constant amount of viewing time among more stations, the results are obvious: declining shares.

Look at where the changes have taken place. While the percentage of time Canadians spend watching U.S. stations has declined somewhat, viewing of pay and specialty channels has increased, with at least half of these being American. At the same time, there has been some increase in the viewing of non–national Canadian stations that are carrying roughly 75% foreign content during the prime time of 7 p.m. to 11 p.m.

[*Translation*]

Yet, those changes will not happen in isolation. We will also have to consider new working methods which will allow us to maximize the benefits of this technological evolution. We do hope that those changes of our production methods and the developments with regard to our working methods will result not only in increased productivity, but also in increased program quality.

Avant que mes collègues commencent, je voudrais mentionner un autre aspect de cette évolution. Au moment où nous changeons nos méthodes de production et de distribution de nos programmes, le contexte industriel dans lequel nous fonctionnons est lui aussi en pleine évolution.

Premièrement, nous devons tenir compte de la mondialisation, car les radiodiffuseurs fonctionnent à l'échelle mondiale, pas seulement à l'échelle locale. Autrement dit, il faudra fournir une meilleure qualité, on rivalisera pour capter et retenir l'intérêt des téléspectateurs et des auditeurs, et la réglementation deviendra plus complexe.

Deuxièmement, des nouveaux–venus dans l'industrie de la radiodiffusion y jouent maintenant des rôles clés. Il suffit pour se rendre compte des nouvelles relations qui se dessinent de penser à des compagnies d'ordinateurs comme IBM et à des compagnies de téléphone comme Stentor.

Troisièmement, les alliances stratégiques prennent de plus en plus d'importance, car il est possible, grâce à elles, de faire face à une concurrence accrue et à la spirale des coûts. Il y a dix ans, la SRC avait des contacts avec le secteur privé essentiellement par l'intermédiaire de ses stations affiliées, c'est à dire celles qui offrent une partie de la programmation du réseau. Aujourd'hui, nous avons conclu des partenariats ou des associations plus variées, tant avec nos stations affiliées qu'avec d'autres entreprises privées.

Quatrièmement, on offre aujourd'hui plus de services, ce qui fragmente encore davantage le marché. Qu'est–ce que la fragmentation du marché? Eh bien, premièrement, les recettes nécessaires pour payer les émissions canadiennes sont au point fixe depuis des années. Or, nous avons aujourd'hui plus de concurrents qui nous disputent ces recettes. Le résultat, bien entendu, c'est que chaque intervenant se retrouve avec moins d'argent.

Du point de vue de l'auditoire, la fragmentation a un autre sens. Comme ce graphique le montre, les Canadiens regardent la télévision environ 23 heures par semaine depuis 25 ans. Toutefois, en 25 ans, le nombre des stations qu'on peut syntoniser a énormément augmenté. Il suffit de diviser le nombre constant d'heures d'écoute par ce nombre accru de stations pour constater l'évidence: la part de chacune baisse.

Voyons où les changements se manifestent. Le pourcentage de leur temps d'écoute que les Canadiens passent à regarder des stations américaines a un peu baissé, mais ils passent maintenant plus de temps à regarder la télévision payante et les canaux spécialisés, dont au moins la moitié sont américains. En outre, ils regardent plus des stations canadiennes privées qui offrent environ 75 p. 100 de contenu étranger aux heures de forte écoute, de 19 heures à 23 heures.

[*Texte*]

How does the CBC see itself within this changing structure? Through its core services it will maintain a national public broadcasting service that will serve all Canadians in both official languages.

What are these core services? They're defined in the Broadcasting Act. They're defined as distinctive—not alternative—and they are characterized specifically by their high proportion of Canadian content. The key from our perspective is to ensure that people continue to have access to Canadian programs, and that technological changes provide more opportunities for more people to see and hear more Canadian programming.

One very effective way to do this is to build on the infrastructure that Canadians have already invested in, such as the CBC. Returns on this investment already exist in the form of specialty services such as Newsworld and Réseau de l'information, which are all–news services; *Showcase*, a recently licensed service to provide second windows for the corporation's drama programming; Trio and Newsworld International, which are services with high Canadian content but directed at U.S. and other foreign markets; and news–gathering alliances that expand our international presence. We must continue to build on such investments if Canadian product is to be part of the new wave of television viewing and accessible to viewers.

I thought it was interesting this morning when we were discussing some of these issues and Mr. Solberg raised several questions about whether you can't just look to the private sector for Canadian programs. One of the examples he raised, I believe, was the Allard service, which is the all–news service that did not receive a licence.

I worked at the CRTC when those licences were given out and I remember the extensive debates that took place on this issue of infrastructure. When you weigh the balance and decide what Canadians should have access to, cost is very important. The Newsworld service, because it built on the CBC infrastructure, came in, as I recall now, at roughly half the price of the Allard service. That was one of the issues the commission had to come to grips with. Is this worth twice the amount of money, or should we not take advantage of this investment in the CBC that already exists in its news room?

A more recent example is found in the specialty hearing that just took place earlier this year. There were many requests for a headline news service. You'll recall CTV, Global, and CBC... Our service was 10¢ because we built not only on the core service, but on the Newsworld service. We could offer a headline service for 10¢. What did the private sector have to charge because it was building on a smaller, less–complete infrastructure that was not national in dimension? It was

[*Traduction*]

Comment la SRC se situe–t–elle dans cette structure en plein changement? Eh bien, elle va continuer à offrir un service national public de radiodiffusion à tous les Canadiens et à toutes les Canadiennes, dans les deux langues officielles, grâce à ses services de base.

Et que sont ces services de base? Ils sont définis dans la Loi sur la radiodiffusion. Ce sont des services distinctifs, mais pas des services de substitution, qui sont caractérisés expressément par leur fort pourcentage de contenu canadien. De notre point de vue, l'essentiel, c'est de faire en sorte que les gens continuent à avoir accès à des émissions canadiennes et à tirer parti des changements technologiques pour offrir plus d'occasions à plus de gens d'écouter et de regarder ces émissions.

Il y a un moyen très efficace de le faire, et c'est de partir de l'infrastructure dans laquelle les Canadiens et les Canadiennes ont déjà investi, comme par exemple la SRC. Le rendement que nous obtenons de cet investissement se manifeste déjà sous la forme de services spécialisés comme Newsworld et le Réseau de l'information, qui diffuse exclusivement des nouvelles, *Showcase*, un service pour lequel nous avons récemment obtenu une licence afin d'avoir une deuxième fenêtre de diffusion de nos émissions dramatiques, Trio et Newsworld International, des services dont le contenu canadien est élevé, mais qui sont destinés aux États–Unis et à d'autres marchés étrangers, et enfin des alliances de journalisme qui renforcent notre présence internationale. Nous devons continuer à tirer parti de ce genre d'investissement si nous voulons que les produits canadiens fassent partie de la nouvelle vague d'émissions de télévision et que les téléspectateurs y aient accès.

Ce matin, quand nous parlions de certaines de ces notions, M. Solberg m'a intéressé, quand il a soulevé plusieurs questions pour savoir pourquoi nous ne pourrions pas nous en remettre au secteur privé pour les émissions canadiennes. Je pense qu'il a notamment donné l'exemple du service Allard, ce service exclusivement composé d'émissions de nouvelles qui n'a pas obtenu de licence.

Je travaillais au CRTC quand ces licences ont été accordées, et je me rappelle les discussions en profondeur que nous avons eues sur la question de l'infrastructure. Tout compte fait, quand on doit décider ce à quoi les Canadiens et les Canadiennes devraient avoir accès, le coût est très important. Étant donné que le service Newsworld utilise l'infrastructure de la SRC, il coûtait environ la moitié du service Allard, si je me souviens bien. C'est l'un des facteurs sur lesquels le CRTC a dû se fonder. Le service Allard valait–il deux fois plus que l'autre, ou ne devrions–nous pas profiter de notre investissement dans la SRC, qui se reflète déjà dans sa salle des nouvelles?

J'ai un autre exemple plus récent, celui des audiences sur les canaux spécialisés qui ont eu lieu au début de l'année. Le CRTC avait reçu de nombreuses demandes de présentation d'un service de manchettes. Vous vous rappellerez que CTV, Global et la SRC... Nous avons offert notre service à 10c., parce que nous avons profité non seulement de nos services de base pour l'offrir, mais aussi de notre service Newsworld. Nous pouvions offrir un service de manchettes à 10c.. Et qu'est–ce que le

[*Text*]

charging in the 25¢ to 35¢ range. These are small amounts of money, but it gives you some sense of how you can take advantage of money already invested.

Pour résumer, nous avons un grand défi à relever. Mais un défi qui présente quand même des opportunités. Il y aura davantage de canaux et donc davantage de concurrence. On sait que ces services seront encore plus spécialisés. Ils vont cibler un certain auditoire qui aura à sa disposition un service beaucoup plus personnalisé. Nous aurons donc besoin de plus de contenu. Ce que nous espérons, et ce qui pour nous est le plus important, c'est d'assurer qu'il y aura du contenu Canadien.

• 1550

Je demanderais maintenant à mon collègue Paul Mills de commencer notre description de la révolution numérique.

Mr. Paul Mills (Head, Toronto Radio Production Centre, Canadian Broadcasting Corporation): Everything you'll hear in this presentation is the result of the digital revolution. The fact that we are now dealing with video and audio in digital format is the reason that new production methods and new delivery systems are upon us.

In a series of staff presentations last year we found it useful to review the fundamentals of the move from an analog to a digital world, and we hope that just such a digital primer will be useful to you today.

This slide depicts the way sound and images are captured and stored in the old analog environment. Sound and images are conveyed by means of waves, air pressure waves in the case of sound and varying light levels in the case of images. These waves are converted to analogous electrical waves by microphones and cameras, and stored on tape in the form of varying magnetism. The variation in the strength of this magnetism is analogous to the variation of the original sound and light waves, hence the term analog.

In the digital world, the sound and light waves are converted to electricity in much the same way, but that's where the similarity ends. The electrical signal is sampled many thousands of times a second and these samples are recorded as numbers or digits. The numbers are converted to computer code, zeros and ones, or bits as they are usually called.

Because the sampling process is so rapid, the quantity of numbers required to represent even a few seconds of audio or video is vast, far too many to be stored or transmitted practically. Fortunately, they've come up with a way to reduce the numbers to a manageable size. It's called digital compression. Digital compression is at the heart of the new distribution technologies, which David Keeble will be describing in a few moments.

[*Translation*]

secteur privé devait facturer, étant donné qu'il partait d'une infrastructure de moindre envergure, moins complète, qui n'était pas nationale? De 25c. à 35c. Ce ne sont pas de grosses sommes, mais elles donnent une idée de la façon dont on peut tirer parti de l'argent déjà investi.

Briefly, we have quite a challenge to meet. Yet, this challenge is not without some opportunities. There will be more channels, which means more competition. We know that those services will be even more specialized. They will target a specific audience, which will be offered a much more customized service. Consequently, we will need more content. What we hope, and what is of paramount importance for us, is to ensure that there will be some Canadian content.

I will now ask my colleague Paul Mills to begin our description of the digital revolution.

M. Paul Mills (chef, Centre de production radio de Toronto, Société Radio–Canada): Tout mon exposé est le fruit de la révolution numérique. C'est parce que nous nous préparons à faire de la radio et de la télévision numériques que nous devons adopter de nouvelles méthodes de production et de nouveaux systèmes de distribution.

L'an dernier, nous avons offert à notre personnel une série de présentations dans lesquelles nous avons jugé utile d'étudier les éléments fondamentaux de notre passage du monde analogique au monde numérique, et nous espérons que ce genre d'ABC du numérique vous sera utile aujourd'hui.

Cette diapositive montre comment le son et l'image sont captés et conservés grâce à la méthode analogique traditionnelle. Le son et l'image sont véhiculés par des ondes, des ondes de pression de l'air dans le cas du son, et des niveaux d'intensité lumineuse dans le cas de l'image. Ces ondes sont converties en fréquences électriques analogiques par les microphones et les caméras, puis conservées sur divers types de bandes magnétiques. La variation d'intensité magnétique emmagasinée sur ces bandes est analogue à la variation des ondes sonores et lumineuses originales, et c'est pourquoi nous parlons d'une méthode analogique.

Les technique numériques consistent à convertir les ondes sonores et lumineuses en électricité d'une façon virtuellement identique à celle qu'utilise la méthode analogique, mais les ressemblances s'arrêtent là. Le signal électrique est échantillonné des milliers de fois par seconde, et les échantillons sont enregistrés sous forme de nombres ou de chiffres qui sont ensuite convertis en codes informatiques, c'est à dire en zéros ou en uns, ou, selon l'appellation habituelle en bits.

L'échantillonnage est si rapide que le nombre de chiffres nécessaires à la représentation ne serait–ce que de quelques secondes de sons ou d'images est énorme, au point qu'il est impossible de les conserver ou de les transmettre d'une façon pratique. Heureusement, on a trouvé un moyen de ramener le nombre de chiffres à un niveau raisonnable. C'est ce qu'on appelle la compression numérique, le procédé fondamental des nouvelles techniques de distribution, que David Keeble va vous décrire dans quelques instants.

[*Texte*]

In this slide the digital compressor is represented by the gear box in the middle of the picture. It simply examines the digital audio or video, and decides which bits it can discard without doing great harm to the quality. Of course, the more bits it discards, the lower the resulting quality. That's the trade–off.

Here are some examples of just how far we can take this compression procedure. It takes about 1.5 million bits, ones and zeros, to represent a second of stereo audio. We can reduce this to just under 200,000 bits before even the most discerning listener hears any difference. That's a reduction of 8:1. And we can go even further. Today we regularly take the 750,000 bits needed to represent a second of spoken word and reduce it to about 56,000 bits, a 13:1 ratio. With this degree of compression we are able to distribute this audio over dial–up data lines.

With video, just multiply everything by about 100. A second of uncompressed video is represented by about 150 million bits and, as with audio, varying degrees of compression lead to varying quality levels. Here are some examples. In the production environment, compression ratios of 2:1 are common and no loss of quality is evident. Often a 4:1 ratio is used for the internal distribution of programs. For example, we currently use this ratio to bring in the BBC World Service newscasts on Newsworld. Movies–on–demand will use a much higher ratio, 15:1. That will yield a quality equivalent to VHS tape. And finally, in the extreme, ratios as high as 200:1 are used in video–conferencing applications. Committee members will be familiar with the low–grade, jerky video quality which results from extreme compression such as this.

And so, with that background in what this revolutionary technology is about, let me pass the mouse to David Keeble, who will look at its effects on the way our product is distributed.

Mr. David Keeble (Senior Planning Officer, Planning and Corporate Affairs, Canadian Broadcasting Corporation): There are three new broadcasting distribution technologies that the consumer and the CBC will encounter over the next decade: digital radio, digital television, and interactive multimedia, which I'll explain a bit later.

• 1555

Let's look at these individually, digital radio first. Digital radio is not a new medium; it's still radio. Over time it will replace AM and FM radio as we know them now and deliver all the services and stations we have now, plus possibly some new ones.

It will require new radios, but these radios will have clean, clear, perfect sound. Current AM and FM radios suffer from all kinds of interference: static in the atmosphere, fading—the signal goes away when you're in a tunnel—or distortion of

[*Traduction*]

Dans cette diapositive–ci, le compresseur numérique est représenté par la boîte d'engrenages, au milieu de l'image. Il examine le signal audio ou vidéo numérique et décide quels bits il peut éliminer sans trop réduire la qualité. Bien entendu, plus il élimine de bits, plus la qualité en souffre.

Je vais vous donner quelques exemples pour que vous voyiez jusqu'où nous pouvons comprimer le signal. Il faut environ 1,5 million de bits, c'est à dire de uns et de zéros, pour représenter une seconde de son stéréophonique. Nous pouvons ramener ce nombre à un peu moins de 200 000 bits avant que l'auditeur même le plus averti puisse apercevoir la moindre différence. C'est un rapport de réduction de 8 à 1. Et nous pouvons comprimer le signal encore davantage. Aujourd'hui, nous prenons régulièrement les 750 000 bits qu'il faut pour représenter une seconde de discours oral et les ramenons à environ 56 000 bits, soit un rapport de 13 à 1. Avec cette compression, nous arrivons à distribuer le son sur des lignes de modem.

Dans le cas de la vidéo, il faut tout multiplier par à peu près 100. Il faut environ 150 millions de bits pour représenter une seconde d'images non–compressées, et, comme pour le son, le degré de compression du signal visuel influe sur sa qualité. Voici quelques exemples. Dans le contexte de la production, les rapports de compression de 2 à 1 sont courants, sans détérioration évidente de la qualité. On emploi souvent un rapport de 4 à 1 pour la distribution interne des émissions. Par exemple, nous nous servons actuellement de ce rapport pour présenter sur Newsworld les nouvelles du Service mondial de la BBC. Les films accessibles sur demande seront présentés avec un rapport beaucoup plus élevé de 15 à 1, ce qui donnera une qualité visuelle équivalent à celle d'une bande VHS. Enfin, on emploi des rapports atteignant jusqu'à 200 à 1 pour les applications de vidéo–conférences. Les membres du Comité savent fort bien quelle sorte de piètre qualité on obtient, avec des mouvements saccadés, avec une compression pareille.

Maintenant que je vous ai donné le contexte de la révolution technologique, permettez–moi de passer la souris à David Keeble, qui va vous parler de ses répercussions sur nos méthodes de distribution.

M. David Keeble (agent de planification principal, Planification et Affaires institutionnelles, Société Radio–Canada): Au cours de la prochaine décennie, les consommateurs et la SRC seront exposés à trois nouvelles techniques de distribution des émissions de radio et de télévision. La radio numérique, la télévision numérique et les multimédias interactifs, auxquels je reviendrai un peu plus tard.

Voyons de quoi il s'agit dans chaque cas, en commençant par la radio numérique. Ce n'est pas un nouveau moyen de communication; c'est toujours de la radio. Avec le temps, la radio numérique va remplacer la radio AM et FM que nous connaissons, et elle va alimenter tous les services et toutes les stations que nous avons, voire peut–être de nouveaux services et de nouvelles stations.

Les gens vont devoir se procurer de nouveaux récepteurs, mais ces récepteurs auront un son parfaitement clair et net. Les récepteurs radio AM et FM actuels sont vulnérables à toutes sortes d'interférences: le statique atmosphérique, le *fading*—

[*Text*]

different kinds. Digital radio is immune to all of this. It can reach a moving car or even a walkman–size portable with absolutely perfect, clear, interference–free sound all the time. For CBC this becomes a coverage issue. Some of our AM stations can't reach urban listeners well right now because of interference in the downtown core. The sound of digital radio is of very high quality. Essentially the digital signal that comes off the CD at the station is received intact by the radio.

Canada has chosen to use a new band for digital radio called the L–band. We think there will be room in that for some new stations that can't fit on the crowded FM dial. The band can also be used for satellite transmission, unlike FM or AM. It will be technically possible then to broadcast from satellite to a moving car or a walkman–size portable anywhere in Canada. If we can afford to do that, it will allow CBC to get complete national coverage for its radio signals.

As a bonus, the new digital radios will be able to provide value–added services like the ability to interrupt with emergency messages or with traffic advisories. Read–outs on every radio can tell a listener what music is playing, who is being interviewed, or provide special advertising features. Eventually these new radios won't cost much more than current radios, so we anticipate that there will be rapid consumer acceptance of them.

In terms of when this will arrive, we expect that the first Canadian stations will in fact go on the air next year.

Canada has been a leader in the international development of this technology. The Department of Canadian Heritage and Industry Canada are well advanced in defining digital radio policy. Digital Radio Research Incorporated, DRRI, is a partnership of the CBC and the CAB, with the support of the federal government. It is already operating demonstration digital radio transmitters in Montreal and Toronto, and we would be more than happy to give committee members a chance to listen to this new technology any time you're visiting either one of those cities. There's a little van you can go around in and hear just how good it sounds.

For the broadcaster, digital radio has many advantages. It's cheaper, to begin with. Five or six stations can share one transmitter and that transmitter will require less power to operate.

Secondly, radio has to improve its quality if it's going to attract the attention of audiences. People are used to CD sound now and they expect nothing less. Private broadcasters, particularly AM broadcasters, are suffering in the marketplace.

[*Translation*]

c'est ce qui arrive quand on perd le signal dans un tunnel—et à différents types de distorsions. La radio numérique échappe à tous ces problèmes. Le signal peut atteindre une voiture en mouvement, voire un récepteur portatif de la taille d'un baladeur avec un son parfaitement clair et sans interférences. Pour la SRC, l'intérêt premier de cette radio est la qualité de sa couverture. En effet, certaines de nos stations AM ne desservent pas bien les auditeurs urbains à cause des interférences générées dans le centre–ville. En outre, le son de la radio numérique est de très haute qualité. Pratiquement, le signal numérique du disque compact lu à la station est capté intact par l'auditeur.

Le Canada a choisi une nouvelle bande de fréquences, la bande L, pour la radio numérique. Nous pensons que cette bande pourra recevoir quelques nouvelles stations qui n'ont plus de place dans la bande FM très chargée. En outre, cette bande de fréquences peut aussi être utilisée pour la transmission par satellite, contrairement aux bandes de fréquences AM ou FM. Il sera donc théoriquement possible de diffuser par satellite à une voiture en mouvement ou à un récepteur de la taille d'un baladeur partout au Canada. Si nous avons les moyens financiers de mettre ce système en place, la SRC disposera d'une couverture nationale pour ses signaux radio.

Qui plus est, les nouveaux récepteurs radio numériques pourront offrir d'autres services utiles, étant donné qu'on pourra interrompre des émissions pour diffuser des messages d'urgence ou des comptes rendus sur l'état de la circulation. L'affichage dont chaque récepteur sera équipé pourra indiquer à l'auditeur quel morceau de musique passe, et qui est interviewé, voire générer de la publicité spéciale. À la longue, ces nouveaux appareils ne coûteront pas beaucoup plus cher que les récepteurs radio actuels, et c'est pourquoi nous nous attendons à ce que les consommateurs les acceptent rapidement.

Si vous voulez savoir quand tout cela arrivera, nous prévoyons que les premières stations canadiennes entreront en ondes l'an prochain.

Le Canada a été l'un des leaders du développement international de cette technologie. Le ministère du Patrimoine canadien et Industrie Canada ont déjà fait de grands projets dans l'élaboration de la politique de la radio numérique. Recherche sur la radio numérique Incorporée (RRNI) est d'ailleurs le fruit du partenariat de la SRC et de l'ACR, avec l'appui du gouvernement fédéral. Elle exploite déjà des émetteurs radio numériques de démonstration à Montréal et à Toronto, et nous serions très heureux de donner aux membres du comité l'occasion d'écouter le son de cette technologie nouvelle chaque fois qu'ils se rendront dans l'une ou l'autre de ces deux villes. Nous avons une petite fourgonnette dans laquelle les intéressés peuvent prendre place pour apprécier toute la qualité de ce son.

Pour les radiodiffuseurs, la radio numérique a de nombreux avantages. Pour commencer, elle coût moins chère que la radio analogique. Cinq ou six stations peuvent partager un transmetteur, et le transmetteur en question n'a pas besoin d'être aussi puissant qu'un transmetteur analogique.

Ensuite, la radio va devoir améliorer sa qualité si elle veut attirer le public. Aujourd'hui, les gens sont habitués au son des disques compact, et ils n'exigent rien de moins. Les radiodiffuseurs privés—surtout les radiodiffuseurs AM—ont

[*Texte*]

For them digital radio is simply a matter of survival. Part of that survival strategy will be new revenue streams from the value–added services of the new radios. Some people have even suggested that radio could be used to send discount coupons to a smart card on the radio.

There are some challenges associated with this. There is a capital cost to get into the game. The new stations will have to run in parallel with the old ones simply because people do not replace their radios very quickly. Since CBC has a statutory obligation to provide coverage, we may in fact have the longest crossover period. Lastly, similar technologies have resulted in the development of digital cable audio services, which could pose a competitive threat to CBC's radio services. CBC is prepared to react to this development if it materializes by initiating its own specialty audio services.

That's a quick overview of digital radio.

Digital television has some similarities to digital radio and some differences. Again, it's a replacement medium. It eventually means new receivers that over time will either add to or replace what we currently use. It will deliver better pictures and better sound and it will arrive through all the delivery methods we now have for television.

In these hearings you've probably already heard some of the alphabet soup of digital television: DVC, ATV, HDTV, and even DTVB. These are conventionally thought of as different technologies, but in Canada the industry is starting to think of them as one technology with different quality levels.

• 1600

From the consumer's point of view there are essentially two quality levels, or two types of digital television. The first of these is going to come through an add–on receiver, a set–top box that will attach to our current televisions. This will use digital video compression to deliver more channels than we currently get, the fabled 500–channel universe. But the pictures are going to look much the same as the pictures we have now.

Digital wide–screen, however, will use a new receiver that replaces our current TVs. This technology will provide a range of quality levels but all of them will look and sound dramatically different. To put it simply, compressed digital television will look like ordinary TV with a set–top box on it—lots of channels, but essentially the same quality.

Digital wide–screen television will follow shortly afterward and will look quite different. The set–top box is moved inside the set and the picture is wider. Now viewers will be able to see the whole picture when movies are broadcast on television.

[*Traduction*]

peine à surnager sur le marché. Pour eux, la radio numérique est simplement une question de survie. Une partie de leur stratégie de survie consistera à puiser aux nouvelles sources de recettes générées par les services à valeur ajoutée qu'offriront les nouveaux récepteurs radio. Certains ont même avancé l'idée qu'on pourrait envoyer par radio des coupons–rabais à une carte microprocesseur dont le récepteur radio serait équipé.

Bien sûr, la radio numérique n'est pas exempte de défis. Pour se lancer dans la partie, il faudra des immobilisations. Les nouvelles stations vont devoir fonctionner en parallèle avec les anciennnes, simplement parce que les gens ne remplacent pas très rapidement leurs appareils. Or, étant donné que la loi impose à la SRC l'obligation d'assurer la couverture, nous risquons d'avoir la plus longue période de transition de l'industrie. Enfin, des techniques du même genre que la radio numérique ont entraîné le développement de services audionumériques distribués par câble qui pourraient rivaliser avec les services radio de la SRC. Nous sommes prêts à réagir à cette éventualité en offrant nos propres services audio spécialisés.

Voilà pour un rapide survol du rôle de la radio numérique.

La télévision numérique ressemble à la radio numérique sous certains aspects mais en diffère sous d'autres. C'est elle–aussi une technique de communication qui va en remplacer une autre. En définitive, il faudra que les gens se procurent de nouveaux téléviseurs qu'ils ajouteront à ceux qu'ils ont déjà ou qu'ils leur substitueront. Le son et l'image de ces nouveaux téléviseurs seront meilleurs, et ils seront diffusés ou distribués par toutes les méthodes que l'on utilise déjà pour la télévision.

Au cours de vos audiences, vous avez probablement déjà entendu certains des sigles courants dans le monde de la télévision numérique: CBN, télévision de pointe, PVHD, voire la télévision numérique. On pense en général qu'il s'agit dans chaque cas d'une technologie différente, mais, au Canada, l'industrie de la télévision commence à se dire qu'il s'agit de la même technologie, sauf que le niveau de qualité diffère.

Du point de vue du consommateur, il y a fondamentalement deux niveaux de qualité, qui correspondent à deux types de télévision numérique. Le premier correspondra à celui qu'on obtiendra avec un récepteur auxiliaire, qu'on installera sur le dessus du téléviseur actuel. Ce récepteur se servira de la compression numérique du signal vidéo pour donner accès à plus de canaux qu'à l'heure actuelle: on arrivera au fameux univers à 500 canaux. Cela dit, l'image sera à peu près la même que celle des téléviseurs actuels.

Par contre, les téléviseurs numériques à écran large sont de nouveaux appareils qui remplaceront nos téléviseurs actuels. Il y aura différents niveaux de qualité, mais, dans chaque cas, l'image et le son seront extrêmement différents de ceux d'aujourd'hui. Disons tout simplement que la télévision numérique à compression ressemblera beaucoup à la télévision actuelle, sauf qu'il y aura un récepteur auxiliaire sur le dessus du téléviseur; les téléspectateurs auront accès à beaucoup de canaux, mais la qualité sera fondamentalement la même qu'aujourd'hui.

Les téléviseurs numériques à écran large seront mis sur le marché peu de temps après, et leur aspect sera très différent de celui des appareils actuels. Le récepteur auxiliaire sera à l'intérieur du téléviseur, et l'image sera plus large. Les

[*Text*]

Movies are already wide–screen, as you probably know, and playing them on television has always meant losing part of the picture, either the sides or one side, depending on the editor's choice; you couldn't show the whole thing unless you shrank it down to letterbox size.

Digital wide–screen can have different levels of quality. At the very high end these new digital TV sets will also show a lot more detail, a high–definition HDTV picture. Some people compare that to looking out a picture window as compared to the experience of looking at a television set.

Now, when does all this arrive? When it arrives depends on how it gets here. The Hughes direct TV satellite, which is now launched, is a digital system and it's in computer testing right now. Cable will probably be next, with set–top boxes to deliver the many channels of compressed video.

The TV set and VCR manufacturers will be building digital wide–screen sets as soon as a standard is settled on in the United States, again within a couple of years. Shortly after that the U.S. networks will transmit high–definition digital wide–screen pictures to their viewers. They hope to start with a demonstration at the Atlanta Olympics in 1996.

So the message is digital television is happening right now. Why? Why get into compression or into digital wide–screen? Compression has some obvious advantages. For broadcasters it will offer the chance to move signals around more cheaply once the capital costs of the conversion are absorbed.

For the CBC both the costs of this and the savings are very large, so we're quite active in this area. Paul mentioned the BBC World Service, and in addition to that, by the summer of 1995 the *réseau de l'information* will also be using a compressed format for its distribution to cable companies.

Of course, compression offers more channels—quantity rather than quality. For satellite broadcasters compression is essential because without lots of channels a direct broadcast satellite simply won't pay for itself. For cable, compression offers the chance to gain new revenue and to stay competitive with DBS, although again there are capital costs, which the cable consumer will ultimately have to pay.

The reasons for digital wide–screen television are different and they flow from the higher quality of the picture and sound. Hollywood, as I mentioned before, has already gone wide–screen and we will have to follow. In a very few years Canadians will be able to get American networks and Hollywood videotapes in digital wide–screen formats.

[*Translation*]

téléspectateurs pourront donc voir toute l'image quand on diffusera des films à la télévision. Vous savez sans doute que les films sont déjà faits pour des écrans larges, de sorte que, quand on les passe à la télévision, on perd toujours une partie de l'image, soit des deux côtés, soit d'un côté, au choix du monteur. Il n'y a pas moyen de montrer toute l'image à la télévision à moins de la réduire beaucoup.

Les télévisions numériques à écran large pourra offrir différents niveaux de qualité. En haut de gamme, l'image sera beaucoup plus détaillée; ce sera une image télévisuelle à haute définition. Certains comparent l'effet produit à ce qu'on voit par la fenêtre plutôt qu'à ce qu'on voit sur un écran de télévision ordinaire.

Et quand tout cela arrivera–t–il? Cela dépendra du mode d'introduction de la technologie. Le satellite de télédiffusion directe Hughes, qui est maintenant lancé, est un système numérique; on en est actuellement à la phase des essais sur ordinateur. La câblodistribution numérique suivra probablement, avec des récepteurs auxiliaires sur le dessus du téléviseur pour donner accès aux nombreux canaux vidéo, par compression numérique.

Les fabricants de téléviseurs et de magnétoscopes vont produire des appareils numériques à écran large dès que les États–Unis auront établi une norme à ce sujet, là encore d'ici deux ans environ. Les réseaux américains commenceront peu après à transmettre des images à haute définition pour téléviseur numérique à écran large. Ils espèrent commencer par une démonstration aux Jeux olympiques d'Atlanta, en 1996.

Bref, la télévision numérique arrive maintenant. Pourquoi? Pourquoi avoir recours à la compression numérique, ou pourquoi passer à des appareils numériques à écran large? La compression a des avantages évidents. Elle permet aux radiodiffuseurs de faire passer leurs signaux à moindre coût une fois que les frais d'immobilisation de la conversion seront amortis.

Pour la SRC, les économies réalisables et le coût du système sont très élevés, et c'est pourquoi nous sommes très actifs dans ce domaine. Paul a parlé du Service mondial de la BBC, et je vous dirai que, d'ici l'été de 1995, le réseau de l'information va se servir lui aussi de la compression numérique pour distribuer son signal aux câblodistributeurs.

Bien entendu, la compression permet d'avoir accès à un plus grand nombre de canaux; c'est une approche quantitative plutôt que qualitative. Pour les entreprises de radiodiffusion par satellite, la compression est essentielle, parce que, faute d'avoir de très nombreux canaux, les satellites de diffusion directe ne feront tout simplement pas leurs frais. Pour les câblodistributeurs, la compression offre une possibilité d'accroître les recettes et de rester concurrentiels avec la TDS, mais les coût d'immobilisations inévitables finiront par être absorbés par la clientèle.

L'intérêt des téléviseurs numériques à écran large est d'une tout autre nature; il correspond à la qualité exceptionnelle de leur son et de leur image. Comme je l'ai déjà dit, Hollywood a déjà adopté l'écran large, et nous allons devoir lui emboîter le pas. D'ici quelques années seulement, les Canadiens et les Canadiennes pourront capter les émissions des réseaux américains et regarder les bandes vidéo des films de Hollywood sur des téléviseurs numériques à écran large.

[*Texte*]

If we want Canadians to watch Canadian programs we will have to provide Canadian digital wide-screen services. The only question is when. If our program producers want to sell their programs abroad they will have to go wide-screen too. Perhaps they should be doing that now.

The second reason for digital television is that it also can add new revenue through value-added services like making game shows interactive, giving sports scores on demand, or tailoring advertising to different viewers. It can also allow the broadcaster to deliver more than one signal from a single transmitter or to deliver over-the-air pay services.

Finally, some broadcasters already use part of their television signal to deliver business data and that can be enhanced in digital too.

The challenge for the CBC is that the digital universe again has a price of admission. Both compression and digital over-the-air transmission will require capital expenditure. Production costs for digital wide-screen are higher than current costs. How much higher depends on the quality level you're looking for.

• 1605

More channels mean more competition. That means smaller audiences for each channel. In the four-or five-channel universe of the 1960s, each channel had an average audience of 20% to 25% of the viewers. In a 200-channel universe, simple arithmetic tells you that each channel is going to get 0.5% of the audience. That affects programming.

More programming is needed to fill the 500 or 200 channels, but the total size of the advertising market—the revenue market—is no larger. So in some way or another the programming has to get cheaper.

Cable specialty channels play programs more often; they repeat them more often in order to pay for their production costs. To that extent, the choice offered by many channels can be an illusion, especially if we mean Canadian choices, because inevitably the huge volume of inexpensive imported American programming overwhelms the smaller volume that Canada can afford to produce.

The CBC's ability to deliver Canadian programming to 99% of Canadians with its over-the-air stations becomes even more important in that kind of environment.

Establishing digital television will also take careful attention to policy issues. Broadcasters will need to consider how the new technology can be established without endangering their businesses. Government will have to deal with standards issues for receivers and with the spectrum for over-the-air transmitters. The rules under which the broadcasting system operates may also have to adjust.

[*Traduction*]

Si nous voulons que les Canadiens et les Canadiennes regardent des émissions canadiennes, nous allons devoir offrir des services canadiens de télévision numérique à écran large. Tout ce qui reste à savoir, c'est quand. Si nos producteurs veulent vendre leurs émissions à l'étranger, ils vont devoir passer à l'écran large eux aussi. Peut-être devraient-ils le faire dès maintenant.

La deuxième raison qui justifierait le passage à la télévision numérique, c'est qu'elle peut aussi générer de nouveaux revenus grâce à des services à valeur ajoutée comme les jeux télévisés interactifs, la marque des matches affichée sur demande ou la publicité faite sur mesure pour différents auditoires. En outre, ce genre de télévision permet aux radiodiffuseurs de passer plus d'un signal sur un même émetteur ou de diffuser en ondes des services à péage.

Enfin, certains radiodiffuseurs se servent déjà d'une partie de leur signal télévisé pour passer des données commerciales, et cette capacité pourrait être renforcée, elle aussi, par la télévision numérique.

Le défi que la SRC doit relever dans ce contexte, c'est qu'il faut payer, une fois de plus pour avoir accès à l'univers numérique. Et la compression, et la transmission numérique en ondes sont impossibles sans immobilisations. Les coûts de production de la télévision numérique à écran large sont plus élevés que les coûts de production actuels. Jusqu'à quel point? Tout dépend du niveau de qualité recherché.

Il y aura plus de canaux, et donc, plus de concurrence. Par conséquent, l'auditoire de chaque canal sera réduit. Dans l'univers à quatre ou cinq canaux des années soixante, chaque canal avait en moyenne de 20 à 25 p. 100 de l'auditoire. Dans l'univers à 200 canaux, un simple calcul montre que chaque canal ne pourra compter que sur 0,5 p. 100 de l'auditoire. Et cela va influer sur la programmation.

Il faudra plus d'émissions pour remplir les 500 ou les 200 canaux, mais la taille du marché de la publicité—le marché qui génère les recettes—n'augmentera pas. Par conséquent, d'une façon ou d'une autre, les émission vont devoir coûter moins cher.

Les canaux de câblodistribution spécialisés passent leurs émissions plus souvent; ils les répètent plus souvent pour amortir leurs coûts de production. Dans cette mesure, le choix offert par la prolifération des canaux est peut-être illusoire, surtout en ce qui concerne le choix d'émissions canadiennes, parce que l'énorme volume d'émissions américaines importées à bas prix va fatalement écraser le nombre limité d'émissions que le Canada a les moyens de produire.

L'aptitude de la SRC à diffuser des émissions canadiennes à 99 p. 100 des Canadiens et des Canadiennes grâce à ses stations en ondes deviendra d'autant plus importante dans ce contexte.

Le passage à la télévision numérique va aussi nous obliger à réfléchir très sérieusement aux politiques qui s'imposent. Les radiodiffuseurs vont devoir se demander comment la nouvelle technologie peut être appliquée sans mettre leurs entreprises en danger. Le gouvernement va devoir se pencher sur les normes des récepteurs et sur la gamme des émetteurs. Les règles de fonctionnement du système de radiodiffusion devront peut-être aussi s'adapter.

[*Text*]

The development of the new digital television system is an industry–wide effort that will require close cooperation with government. As always, the focus has to be on how to keep Canadian programming competitive on Canadian screens. We think the time is ripe to start the formulation of the policies that will lead us forward in digital television.

Interactive multimedia is the third and last topic I want to talk to you about. Unlike digital radio and digital television, interactive multimedia is not a replacement for something we already have. It's an entirely new medium: new kinds of programming, new ways of using it.

Interactive multimedia is, in a sense, the programming for the information highway. Like interactive newscasts or electronic newspapers, it's information and entertainment programming adapted to give the viewer more control over what content is viewed and when. This programming will definitely need a new receiver, but it's not clear what it will be.

There are technologies in the marketplace now that use recorded media in an interactive way. Videotron's UBI initiative proposes to use a set–top box as the receiver attached to the traditional television, whereas Rogers believes that the home computer is going to be the ultimate receiver for this kind of programming.

How it will be used will also vary. We know something about the educational and training uses of multimedia already, but we also expect it to provide valuable business information services. Its use in the home may be as simple as video on demand, which many people expect to be the economic driver of the information highway, or it may be as complex as this. I don't know if you can see this, but I brought with me today a copy of Microsoft's *Cinemania*. This is a CD–ROM. It's in their home library. To describe it briefly, it's a kind of encyclopedia; it has information on 10,000 different movies. So there's text: reviews, things like that. There are also lots of quite nice still pictures and a lot of audio, the award–winning songs from all the Academy Awards hits. In fact, there are 20 or 30 scenes from movies in it. So you get a minute and a half of *Gone with the Wind* or *Casablanca* or whatever you want.

A couple of things about this are interesting. The first is that it's done by Microsoft. As Sheridan mentioned earlier, there are new players in this business. Microsoft has not been a player in the programming business, but clearly it intends to become one, because it bought the rights to do this to all these movies. Secondly, from a broadcast point of view, you can in fact transmit the contents of this CD–ROM in between five and ten minutes, so it is a potential broadcast service. Lastly, you'll look for a very long time before you find any Canadian movies on this disc. Maybe five or ten out of the 10,000 were actually made here. So the content problem remains the same.

[*Translation*]

Le développement du nouveau système de télévision numérique est une activité qui embrasse toute l'industrie et qui va nécessiter une étroite collaboration entre elles et le gouvernement. Comme toujours, la question névralgique consistera à savoir comment faire en sorte que les émissions canadiennes soient compétitives sur les écrans canadiens. Nous estimons que le temps est venu d'entreprendre l'élaboration des politiques qui vont nous faire entrer dans l'ère de la télévision numérique.

La troisième et dernière question dont je veux vous parler est celle est multimédias interactifs. Contrairement à la radio et à la télévision numériques, les multimédias interactifs ne remplaceront pas un service que nous avons déjà. Les produits sont nouveaux et la façon de les utiliser aussi.

En un certain sens, les multimédias interactifs sont les émissions de l'autoroute électronique. Comme les émissions de nouvelles interactives ou les journaux électroniques, ils véhiculent de l'information et des produits récréatifs adaptés pour donner au spectateur un contrôle accru sur le contenu de ce qu'il voit et sur le moment auquel il décide de le voir. Cela suppose de toute évidence de nouveaux récepteurs, mais on ne sait pas très bien lesquels.

Il y a déjà sur le marché des techniques d'utilisation des médias enregistrés de façon interactive. Le projet UBI de Vidéotron est censé avoir recours à un récepteur auxiliaire sur le dessus du téléviseur ordinaire, tandis que Rogers est d'avis que l'ordinateur personnel sera le récepteur de choix pour ce genre de produits.

L'utilisation du récepteur qu'on choisira variera, elle aussi. Nous en savons déjà un peu sur les applications des multimédias pour l'enseignement et pour la formation, mais nous nous attendons aussi à ce qu'ils offrent d'utiles services d'information commerciale. L'utilisation des multimédias au foyer pourrait être aussi simple que la vidéo sur demande, qui serait selon bien des gens le moteur économique de l'autoroute électronique, mais elle pourrait aussi être aussi complexe que ceci. Je ne sais pas si vous pouvez le voir, mais j'ai apporté une copie du CD–ROM *Cinemania* de Microsoft. Il fait partie de la bibliothèque de Microsoft. Je dirai simplement que c'est une sorte d'encyclopédie; il contient de l'information sur 10 000 films. Il contient des textes: des critiques, par exemple. Il contient aussi beaucoup de jolies photos et beaucoup d'enregistrements sonores, comme les chansons primées de tous les films qui ont gagné des Oscars. En outre, il y a 20 à 30 extraits de films sur le disque. Vous pouvez regarder une minute et demie de *Autant en emporte le vent* ou de *Casablanca*, par exemple.

Ce disque m'amène à soulever deux points intéressants. Premièrement, il a été produit par Microsoft. Comme Sheridan l'a dit tout à l'heure, il y a de nouveaux intervenants dans notre industrie. Microsoft n'a jusqu'à présent pas réalisé d'émissions, mais elle compte manifestement à commencer à en produire, parce qu'elle a acheté les droits pour faire ça dans le cas de tous ces films. Deuxièmement, du point de vue d'un radiodiffuseur, il est possible de transmettre le contenu de ce disque compact en cinq à dix minutes, de sorte que c'est un service de radiodiffusion en puissance. Enfin, vous allez chercher longtemps avant de trouver des films canadiens sur ce disque. Il y en a peut–être cinq ou dix sur les 10 000 qu'il contient. Autrement dit, le problème du contenu est toujours le même.

[*Texte*]

If you look at the educational field, you'll find that our schools are already flooded with American course-ware, and we haven't been able to generate the money or the demand behind Canadian educational course-ware to keep up with that.

So how are we to ensure that Canadian realities will in fact be reflected in this new medium? Also, how long do we have to deal with the problem?

• 1610

Right now we're in the stage of trials. The CBC is taking part in these trials as a content provider. We're part of the Intercom Ontario consortium, and with Industry Canada's help we've been putting CBC radio programs up on the Internet since last Christmas. Other trials include the Vidéotron trial. For that, 1996 is probably a bit pessimistic. They may well have something up and operating before that, as will Rogers in a similar timeframe. What we don't know is what the commercial versions of all these trials will be, or when they are going to arrive.

In summary, we know the information highway is going to provide new ways for Canadians to receive a news program content, and that presents both a challenge and an opportunity. The challenge is that it will mean even more competition for audience viewing time. The information highway will provide information programming, like radio and TV. It will provide entertainment programming. It will attract Canadians to spend their time using it, just like radio and television. But will it provide Canadian content like radio and television?

Here's the opportunity for the CBC to find new and better ways to show Canada to Canadians. The CBC is the prime provider of Canadian programming, both in terms of its current production and in terms of its vast archive of material, material that contains the rich history of Canada in this century.

We are concerned that Canadians must have access on this highway to their own present, their own past, and their own future. The electronic highway could turn out to be a one-way road leading south unless we create some worthwhile and attractive destinations within our own borders.

That completes our survey of the distribution technology environment. Now we can look at production technologies, and here is Paul Mills.

Mr. Mills: I think it's clear that the digital revolution is having a profound impact on the way programs are delivered and received and viewed and listened to. We now want to focus in on what the effect of this technology is going to have on the way these programs are actually produced.

[*Traduction*]

Dans le domaine de l'éducation, vous verrez que nos écoles sont déjà inondées de logiciels de cours américains, alors que nous n'avons pas été capables d'obtenir l'argent ou d'avoir une demande suffisante pour des logiciels éducatifs canadiens pour rester au diapason.

Alors, comment allons-nous faire pour nous assurer que les réalités canadiennes seront vraiment reflétées dans ce nouveau moyen de communication? Combien de temps avons-nous pour faire face au problème?

Nous sommes actuellement au stade des essais. La SRC participe à ces essais à titre de fournisseur de contenu. Nous faisons partie du consortium Intercom Ontario, et avec l'aide d'Industrie Canada, nous offrons des émissions de radio de la SRC au réseau Internet depuis Noël dernier. Parmi les autres essais, notons celui qui concerne Vidéotron. Là, il est sans doute un peu pessimiste de parler de 1996. Il est bien possible au contraire qu'un système soit déjà opérationnel avant cette date, et je suppose que Rogers aura également quelque chose en place d'ici là. Évidemment, nous ne savons pas pour l'instant en quoi consisteront les versions commerciales, à la suite de ces essais, ni quand elles vont arriver.

Bref, nous savons que l'autoroute informatique va offrir aux Canadiens de nouvelles voies d'accès au contenu des émissions de nouvelles, ce qui représente à la fois un défi et une possibilité à exploiter—un défi, parce qu'elle va certainement accroître la concurrence entre toutes les entreprises qui essaient d'augmenter leur cote d'écoute. L'autoroute électronique permettra d'accéder à des émissions d'information, comme celles qui sont diffusées à la radio et à la télévision. Elle va également offrir des émissions de divertissement. Elle va attirer les Canadiens, qui voudront s'en servir, tout comme ils se servent de la radio et de la télévision. Mais va-t-elle offrir un contenu canadien semblable à celui de la radio et de la télévision?

Voilà donc l'occasion pour la Société Radio-Canada de trouver de nouvelles façons, et des façons plus efficaces, de présenter le Canada aux Canadiens. La SRC constitue la principale soma d'émissions canadiennes, non seulement du point de vue de la production actuelle mais de sa vaste collection de documents d'archives, qui représentent la richesse de l'histoire du Canada depuis un siècle.

Nous estimons que les Canadiens doivent avoir accès à une autoroute qui va leur permettre de connaître leur présent, leur passé et leur futur. L'autoroute électronique pourrait très bien finir par être une autoroute à sens unique qui va vers le sud à moins que nous n'établissions des destinations à la fois utiles et attrayantes sur notre propre territoire.

Voilà qui met fin à notre survol de l'environnement des technologies de distribution. Maintenant nous allons passer aux technologies de production, et je vous présente à cette fin Paul Mills.

M. Mills: Il est clair que la révolution numérique influe de façon profonde sur la façon de distribuer, de capter, de regarder et d'écouter les émissions. Nous voudrions maintenant aborder la question de l'incidence de cette nouvelle technologie sur la façon de produire ces émissions.

[*Text*]

The digital revolution really began in earnest in the early 1980s with the introduction of the personal computer. With these machines we could use word processors, for example, to program documents into a computer in the form of computer code, the ones and zeros I referred to earlier, and manipulate these documents in a number of quite astounding ways.

Now that sound and images can be put through a digital converter and thereby be represented by the very same computer code, we are beginning to use the same hardware, the personal computer, to store and manipulate audio and video. This has a profound impact on the way we organize work in the production environment.

In the analog world there tends to be a diversity of hardware to do the various tasks required. This has led to a diversity of skills needed to operate these various bits of hardware and therefore jobs in our industry have tended to be defined along hardware lines: "I am a camera operator", "I'm an editor", etc. In the digital world it all changes. As I have already described, by its very nature digital audio and video can be stored and manipulated by computers. Therefore, we are experiencing a convergence or a coming together of the many tasks needed for radio and television production upon this single piece of hardware. This leads to a tremendous crossover of skills. People who once just edited pictures are finding that the device now provided to do the job—that is, the computer—can also record and edit audio, prepare scripts, and calculate the show budget as well.

We want to take a look at some specific examples in both radio and television, examples of how this technology is affecting the working environment. Denis Doucet will describe how digital technology is changing the way we produce radio news.

M. Denis Doucet (directeur général de l'administration et de l'exploitation radio, Société Radio–Canada): Merci, Paul.

Comme Paul vous l'a démontré, l'ordinateur devient l'outil de travail pour tous les artisans. Ces ordinateurs, reliés en réseau, peuvent non seulement permettre de traiter l'information plus rapidement et sans perte de qualité, mais également de rendre l'information disponible à plusieurs personnes en même temps. Le réseau permet également de partager l'information entre les différents lieux de travail.

Dans l'exemple que nous allons vous présenter, vous assisterez à la préparation d'un bulletin de nouvelles en utilisant la technologie traditionnelle, c'est–à–dire celle qu'on utilisait il y a un an, un an et demi, et la technologie moderne, celle qui est présentement en installation dans nos différents centres de production. Vous constaterez qu'avec la nouvelle technologie, l'organisation du travail doit être revue pour redéfinir le rôle de chacun. En utilisant l'ordinateur, qu'est–ce qui devient la

[*Translation*]

La révolution numérique a commencé sérieusement au début des années 1980, avec l'avènement de l'ordinateur personnel. Grâce à ces machines, il était désormais possible de se servir de machines de traitement de texte, par exemple, pour introduire des documents dans l'ordinateur sous forme de code informatique—les codes composés de un et de zéro auxquels j'ai fait allusions tout à l'heure—et de manipuler ces documents de toutes sortes de façons étonnantes.

Maintenant que le son et les images peuvent être traités par des convertisseurs en numérique qui permettent de les représenter sous la forme du même code informatique, nous commençons à utiliser le même matériel—c'est–à–dire les mêmes ordinateurs personnels—pour stocker et manipuler les signaux sonores et vidéo. Cette nouvelle technique influe évidemment de façon profonde sur la façon dont nous organisons le travail de production.

Dans un environnement analogique, il y a normalement divers types de matériel qui permettent d'accomplir les tâches en question. Par conséquent, il faut toute une gamme de spécialistes pour faire fonctionner ces différentes machines, de telle sorte qu'on a tendance, dans notre industrie, à définir la nature du travail en fonction du matériel; par exemple, caméraman, ou monteur. Mais la technologie numérique fait disparaître tout cela. Comme je vous l'ai déjà expliqué, de par sa nature, les signaux audio et vidéonumériques peuvent être stockés et manipulés à l'aide d'un ordinateur. Par conséquent, nous assistons à une sorte de convergence des diverses tâches liées à la production radiophonique et télévisuelle en raison de cette seule machine. Il en résulte évidemment un chevauchement important des domaines de compétence. Ceux dont le travail consistait jadis à monter les images constatent que l'engin qui leur permet aujourd'hui de faire leur travail—c'est–à–dire, l'ordinateur—est désormais capable d'enregistrer et de monter les signaux vidéo, de préparer des scénarios, et même de calculer le budget de l'émission.

Nous voulons vous donner quelques exemples précis pour la radio et la télévision—des exemples de l'incidence de cette nouvelle technologie sur le milieu de travail. Denis Doucet va maintenant vous décrire l'effet de la technologie numérique sur la façon de produire les émissions de nouvelles radiophoniques.

Mr. Denis Doucet (Director General, Radio Operations and Administration, Canadian Broadcasting Corporation): Thank you, Paul.

As Paul has already demonstrated, the computer is becoming the primary work tool for craftsmen of all kinds. These computers, when linked up to form a network, not only make it possible to process information more quickly with no loss of quality, but also to make that information available to a number of people simultaneously. Networks also make it possible to share information between various workplaces.

In the example we will be presenting, you will witness the work involved to prepare a newsprogram using the traditional technology—in other words, the technology we were using a year or a year and a half ago—and using modern technology currently being put in place in our various production centers. You will see that the use of this new technology has led to a need to review the way each person's work is organized in order to redefine their tasks. What does the use of a computer mean

[*Texte*]

technique? Et l'utilisation d'un seul appareil pour toutes les fonctions nécessite la redéfinition des tâches journalistiques.

[*Traduction*]

as far as the technology is concerned? Well, using only one machine for all these different functions means completely redefining journalistic tasks.

• 1615

Nous allons maintenant nous transporter à la salle de nouvelles de Toronto pour voir d'abord la technologie traditionnelle. Donc, pour enregistrer un bulletin, un reportage, le ruban est le support généralement utilisé sur un magnétophone. D'abord, le «reporter» établit la communication avec le technicien et lorsque tout fonctionne bien, on passe à l'enregistrement. Le journaliste présente le sujet pour lequel il a préparé le reportage et ensuite se présente lui–même.

We will now move to the Toronto newsroom to first see how traditional technology works. Generally speaking, tape and a tape recorder are used to record a news program or news item. First of all, the reporter makes contact with the technician and when everything is working properly, they start to record. The journalist first introduces the subject he will be dealing with in his report and then introduces himself.

Durant l'enregistrement, il peut y avoir accrochage, des parties où le journaliste demande une reprise. Lorsque l'enregistrement est terminé, le ruban rembobiné est remis à une autre personne pour enlever les parties inutiles pour la mise en ondes. Le ruban est donc remonté sur un autre appareil et les parties inutiles sont jetées au rebut. On utilise la technologie Hitech qu'on avait à l'époque, c'est–à–dire un crayon pour marquer le ruban et une lame pour le couper. Par la suite, le ruban est recollé et il est maintenant prêt pour la mise en ondes.

During the recording, problems may arise, in which case the journalist may request that certain parts be redone. When the recording is completed,the rewound tape is given to someone else who edits the tape to prepare it for broadcast. The tape is therefore put into a different machine and the parts that are edited out are discarded. At the time, we were using high tech technology, which involved using a special pencil to mark the tape and a blade to cut it. After that, the tape is spliced, at which point it is ready for broadcast.

Pour transporter le ruban de l'endroit de montage au studio, on utilisait les moyens modernes de l'époque, le panier, et une personne transportait physiquement le ruban en studio. Pendant ce temps, une autre personne prépare le texte d'introduction qui sera lu par le journaliste avant la mise en ondes du reportage. Donc, le ruban est rembobiné sur un autre magnétophone et nous sommes maintenant prêts pour le bulletin de nouvelles. À la fin de l'introduction, le technicien démarre le magnétophone et le reportage est en ondes.

To actually bring the tape from the editing room to the studio, we used what were considered modern methods at the time,—namely a basket in which the tape was placed to be physically carried to the studio. In the meantime, someone else would be preparing the intro to be read by the reporter before rolling the tape. So, the tape would be rewound on another tape recorder, at which point we would be ready for the news program. At the end of the introduction, the technician would start the tape recorder and the news item would be aired.

Donc, on peut remarquer, avec la technologie qui était utilisée, plusieurs magnétophones, du ruban, dont plusieurs parties étaient jetées au rebut, et plusieurs intervenants. La nouvelle technologie nous permet d'utiliser l'ordinateur comme point central. L'ordinateur devient l'outil de travail pour toutes les étapes: l'enregistrement, le montage, l'ordonnancement, la préparation des textes et la mise en ondes. On peut voir sur l'exemple plusieurs sources d'information converger vers un seul point, l'ordinateur, à partir duquel plusieurs personnes de la salle des nouvelles où le secrétaire de rédaction peut accéder.

I'm sure you will have noted that the old technology requires the use of various tape recorders, and tape, parts of which ended up being discarded, as well as the intervention of a number of different people. The new technology, however, allows us to use the computer as a central work point. The computer is in essence the main work tool for all stages of the operation: recording, editing, text preparation and broadcast. In this example, we can see a number of sources of information converging on a single central point—the computer—to which a number of different people working in the newsroom or the editorial assistance have access.

Nous allons maintenant voir le même exemple, mais en utilisant la technologie moderne. L'exemple qu'on vous propose est un système D–cart, un des équipements qui existent sur le marché actuellement. Donc, à partir d'un ordinateur, un clavier, une souris, nous allons faire exactement le même travail. D'abord, l'enregistrement: le reportage est enregistré directement sur le disque de l'ordinateur et acheminé dans une banque de données pour l'émission pour laquelle il a été préparé.

We are now going to look at the same example using modern technology this time. The example we will be presenting is of a D–cart system, which is one of the types of equipment now available in the market place. So, using a computer, a keyboard, and a mouse, we will be able to perform exactly the same tasks. First of all, the recording: the news item is recorded directly on the computer disk and fed into the databank of the program for which the news item was prepared.

On va maintenant voir le montage. L'opérateur positionne à l'aide du curseur. La bande bleue dans le bas de l'écran est l'équivalent du ruban magnétique de tout à l'heure et avec une clé de fonction, on marque le ruban. Ensuite, tout comme dans

Now we're going to take a look at the editing function. The operator uses the cursor for positioning. The blue band at the bottom of the screen corresponds to the magnetic tape we discussed earlier, and with one function key, we are able to

[*Text*]

un traitement de texte, la partie inutile est éliminée. La longueur de la bande représente la longueur du topo. Donc, pour l'opérateur, il est assez facile de l'utiliser et une bande dans le bas lui rappelle les différentes fonctions généralement utilisées.

Un autre exemple de correction: position et marquage. On repositionne avec le curseur, et, avec une clé de fonction, on élimine ce qui est inutile. Lorsque le reportage est nettoyé—dans notre langage—il est acheminé dans une base de données pour l'émission pour laquelle il a été préparé. À ce moment-là, nous sommes prêts à faire l'ordonnancement des reportages en vue de la mise en ondes. Par conséquent, on peut accéder à la base de données de l'émission en question, et choisir, tout comme on ferait avec un traitement de texte, quel reportage passe en premier, deuxième, troisième et quatrième.

Avec le même appareil, nous pouvons également préparer le texte d'introduction qui sera lu par le journaliste. L'ordinateur étant relié à une imprimante, le texte préparé peut être imprimé. Lorsque le lecteur ou la lectrice aura terminé son texte d'introduction, avec le même appareil, nous pourrons faire la mise en ondes.

En comparant ces deux exemples, on remarque qu'on a utilisé un seul appareil, un seul intervenant, et aucune perte de ruban.

Mais d'abord, je voudrais parler des avantages au niveau de la qualité. En utilisant un enregistrement sur disque, cela évite les copies, le montage manuel, et, par conséquent, on a une meilleure qualité, et le même reportage peut être remonté ou repréparé de façon différente selon les différents fuseaux horaires ou les différents marchés auxquels on s'adresse, ce qui permet d'avoir toujours une qualité équivalente au son du CD dont on parlait tout à l'heure.

On a vu également que cela élimine le besoin de ruban magnétique. Maintenant, tout est enregistré sur disque, traité et mis en ondes à partir des disques. Donc, nous avons une plus grande efficacité, et également une instantanéité au niveau du journalisme, parce que lorsqu'on transporte physiquement le ruban d'un endroit à un autre, lorsqu'il faut manipuler le ruban, les temps de travail sont plus longs.

Enfin, on remarque qu'avec le même appareil, on pourrait faire plusieurs montages du même reportage sans faire de copies. Le montage, la mise en page et la mise en ondes se font à partir du même équipement, qui est l'ordinateur.

Je passe maintenant la parole à Bruce McKay qui vous entretiendra sur l'impact des nouvelles technologies sur la production en télévision.

Mr. Bruce McKay (Director of Planning and Policy, English Television, Canadian Broadcasting Corporation): Television production is being affected by the same digital revolutions we've already seen in radio, specifically by digital compression. It is a means of shoving more signals down the same size of pipes by digital signals we're already using inside the production process, which is now proposed as the new transmission standard, and by digital flexibility, which is an

[*Translation*]

mark the tape. Then, just as is the case with wordprocessing, those parts considered superfluous are eliminated. The length of the band corresponds to the length of the report. So, from the standpoint of the operator, it is fairly easy to use and a band at the bottom of the screen serves to remind him of the various functions most often used.

• 1620

Here we have another example of correction with the position and marking functions. One has only to reposition the cursor and, using a function key, one can then delete those parts considered superfluous. When the news item is clean—to use our jargon—it is then fed into the data base of the program for which it was prepared. At that point, we are ready to proceed with the scheduling of the news items for broadcast. As a result, we can access the program database and select—just the way one could in a wordprocessing environment—the order of the various news items, according to whether they are to be broadcast first, second and so on.

With the same hardware, we can also prepare the intro to be read by the reporter. Because the computer is hooked up to a printer, the text can be printed once it is ready. When the journalist has finished reading his introduction, we can actually proceed with the broadcast using the same hardware.

If we compare these two examples, it is clear that in this last case one machine only has been used by only one operator, and there has been no tape wasted.

First of all, however, I would like to briefly discuss with you the quality advantages of this new technology. By using a compact disc recording system, we are able to avoid both copies and manual editing; so, not only do we get better quality, but the same news item can be re-edited or prepared differently, depending on the time zones or the markets it is aimed at, which allows us to achieve a quality equivalent to the sound quality of a CD, as we mentioned earlier.

We have also noted that is eliminates the need for magnetic tape. Nowadays, everything is recorded on disc and then not only processed but broadcast from disc. So, not only have we achieved greater efficiency, but also greater immediacy as far as journalism is concerned, because when we have to carry the tape from one place to another and then manipulate it, work times are obviously longer.

Finally, we have noted that using the same machine, we can produce several edited versions of the same news item without making copies. The editing, layout and broadcast are all carried out using the same equipment, namely the computer.

I will now give the floor to Bruce Mckay, who will discuss the impact of these new technologies on television production.

M. Bruce Mckay (directeur de la planification et de la politique, télévision de langue anglaise, Société Radio-Canada): Comme c'est le cas de la radio, la production télévisuelle est également touchée par cette révolution numérique, et notamment la compression numérique. Il s'agit là d'une technique qui permet d'acheminer plus de signaux au moyen de câbles de même section, grâce à de signaux numériques que nous employons déjà pour la production—et que l'on propose

[*Texte*]

umbrella term we use for all the changes and improvements that occur when you apply computers to the creation and presentation of programs.

Some of this is new but some of it is already familiar territory. We forgot to tell you, for instance, we're using a laptop computer you see people using on airplanes to generate the slides in this presentation. We've been doing this for a year and a half and we just forgot this is a piece of digital technology we've adopted.

Let me give you three examples of production applications of digital technology. Electronic graphics is an area where we've been using computers for about ten years now. We don't use paints and airbrushes to produce graphics any more. The animations and pictures you see on television are created inside graphics computers.

Non–linear editing systems are really relatively normal computers with very large amounts of hard disk storage space. I understand people have explained to you what hard disks are in other sessions. These systems have very large hard disks so they can store and manipulate compressed copies of the program source material, which will eventually be broadcast.

• 1625

We began to use these systems about three years ago. The two–part Dieppe movie, which was broadcast last January, would be an example of a program edited using these non–linear systems.

Video servers are brand–new. These are computers with truly massive amounts of hard disk space, sufficient for storing full broadcast–quality video and playing it back to air. This technology is still developing. We haven't installed any of it yet. We anticipate we will install the first of these systems about a year from now when the English television network transmission centre moves into the broadcast centre in Toronto. These are just three examples of areas where technology is changing production.

There are other areas where equally dramatic changes are happening. We have begun to install digital VTRs, and are now shooting our first dramatic series in wide–screen format. Computers and other new technologies are changing news production, set design, lighting, special effects and audio.

[*Traduction*]

d'utiliser pour la création d'une nouvelle norme de transmission — et grâce à la souplesse numérique, qui est un terme générique qui désigne les changements ou les améliorations possibles lorsqu'on utilise les ordinateurs pour la création et la présentation d'émissions.

Certains de ces éléments seront nouveaux pour vous, mais j'imagine que d'autres vous sont déjà connus. Nous avons oublié de vous dire, par exemple, que nous nous servons du même genre d'ordinateur mallette qu'emploient les gens dans les avions pour produire les acétates que nous vous présentons dans le cadre de cet exposé. Nous travaillons de cette manière depuis un an et demi, et nous avons tout simplement oublié de vous signaler qu'il s'agit là d'une autre forme de technologie numérique déjà adoptée par la société.

Permettez–moi maintenant de vous donner trois exemples d'application de la technologie numérique au travail de production. Depuis déjà 10 ans, nous nous servons d'ordinateurs pour le graphisme électronique. Autrement dit, nous ne nous servons plus de peinture et d'aérographe pour le graphisme. L'animation et les images que vous voyez à la télévisions sont créées grâce à un ordinateur graphique.

Les systèmes de montage non linéaires sont en réalité des ordinateurs plus ou moins ordinaires dont le disque dur peut stocker des quantités importantes de données. Je crois comprendre qu'on vous a déjà expliqué, lors de séances précédentes, en quoi consiste un disque dur. Les systèmes en question ont des disques durs à capacité élevée qui permettent de stocker et de manipuler des copies comprimées des reportages ou émissions, qui seront éventuellement mis en ondes.

Nous avons commencé à utiliser ces systèmes il y a environ trois ans. Le film sur Dieppe en deux parties, diffusé en janvier dernier, est justement un exemple d'une émission montée à l'aide de ces systèmes non–linéaires.

Par contre, les serveurs vidéo sont tout à fait nouveaux. Il s'agit d'ordinateurs dont le disque dur a une capacité de stockage massive, c'est–à–dire une capacité suffisante pour stocker et de mettre en ondes des vidéos de qualité radiodiffusion. Cette technologie continue d'évoluer. D'ailleurs, nous ne l'avons pas encore installée. Nous espérons pouvoir installer le premier système de ce type d'ici un an, quand le centre de transmission du réseau de télévision anglaise sera relocalisé dans le centre de radiodiffusion de Toronto. Voilà donc trois exemples de la façon dont cette nouvelle technologie fait évoluer les techniques de production.

Il y a d'autres domaines où les changements sont tout aussi dramatiques. Nous avons commencé à installer des magnétoscopes numériques, et nous tournons à l'heure actuelle notre première série d'émissions dramatiques en format grand écran. Les ordinateurs et les autres nouvelles technologies font évoluer les techniques de production des nouvelles, la conception des plateaux, l'éclairage, les effets spéciaux et l'audio.

[*Text*]

Each of these changes is similar in one way or another to the type of change Paul and Denis have described in detail in radio. But please don't panic; I'm not going to explain each of these in detail. We would like to, instead, show you a piece of tape we assembled a little over a year ago to brief our own staff on the technological changes that will be affecting television production.

[*Video Presentation*]

[*Translation*]

Chacun de ces changements est semblable, d'une façon ou d'une autre, au genre de changements qui affectent la production radiophonique, et que Paul et Denis vous ont déjà décrits en détail. Pas de panique; je n'ai pas l'intention de vous les expliquer de nouveau en détail. Nous aimerions plutôt vous présenter une vidéo que nous avons préparée il y a un peu plus d'un an pour renseigner notre propre personnel au sujet des changements d'ordre technologique qui influeraient sur la production télévisuelle.

[*Présentation de vidéos*]

• 1640

M. Doucet: Voilà ce que la technologie peut nous apporter parfois.

Avec autant d'équipement disponible, on constate qu'il n'y a plus de réponse unique quant au choix des équipments. Aucun équipement dorénavant ne peut satisfaire tous les besoins en technologie nécessaires à la réalisation de nos émissions. De plus, ces changements de technologie nous forcent inévitablement à revoir nos modes de production, c'est–à–dire nos manières pour produire nos émissions.

Certains équipements seront utiles pour nous, d'autres ne le seront pas. Compte tenu des coûts impliqués, nous devrons être vigilants à l'égard de la rentabilité de ces équipements puisqu'ils demeurent coûteux. Les investissements seront importants et nous y voyons des opportunités d'obtenir une plus grande efficacité et une plus grande productivité de la part de notre personnel, mais pour cela, il faudra évidemment investir dans la formation de notre personnel.

Il existe plusieurs domaines dans lesquels nous pourrons remplacer le travail humain répétitif par des équipements informatiques qui nous permettront d'obtenir plus de productivité. Les personnes ainsi libérées de ces tâches monotones pourront être utilisées à des tâches plus enrichissantes, ce qui pourrait stimuler leur créativité.

Mais comprenons–nous, la technologie aidera l'artisan dans l'exercice de ses fonctions de création, mais ne le remplacera pas et puisque les investissements sont importants, nous devrons mieux contrôler nos acquisitions, leur entretien et leur utilisation. Nous ne recherchons pas l'acquisition des derniers gadgets disponibles sur le marché. Pour nous, l'acquisition de nouvelles technologies doit être gérée par des choix de plus en plus stratégiques selon les besoins de la production.

Et maintenant, je laisse la parole à Bruce pour la conclusion sur la production en télévision.

Mr. McKay: We're going to try to summarize now, in about three frames. So we're getting close to the end.

Mr. Doucet: That is the sort of thing that you can do with this technology.

With so much hardware available, we are realizing that there is no longer a single answer when it comes to choosing equipment. Now, no one piece of equipment will ever be able to meet all our technological requirements in terms of program production. Also, these technological changes obviously force us to review our production techniques—in other words, the way we actually produce our programming.

Some types of equipment will continue to be useful, while others will not. Because of the costs involved, we will have to be careful to insure that using this kind of equipment, which is expensive, is actually cost–effective. Significant investments will be required, but we see this as an opportunity to increase our efficiency and make our staff more productive, even though we will obviously have to invest in staff training for that to occur.

There are several areas where the repetitive work currently carried out by staff could be done by computer equipment, thereby allowing us to increase our productivity. Staff members who no longer have to perform these monotous tasks could be used to perform other, more satisfying work, which would likely lead them to be more creative as well.

But, we think it's important that you understand that this technology, while it will help our craftspeople to perform their creative duties, will never actually replace them, and because we're talking about such significant investments, we will obviously have to exercise greater control over acquisitions and over the maintenance and use of this new equipment. We are not interested in acquiring the latest gadgets available in the marketplace. As far as we are concerned, the introduction of new technologies must be managed through more strategic choices based on production requirements.

And now, I would like to hand it back over to Bruce to conclude with some brief comments about television production.

M. McKay: Nous allons essayer de vous faire un bref résumé en vous montrant les trois dernières images. Nous sommes tout près de la fin.

[*Texte*]

We can say that the new technology improves the quality of our programs. It does that in the technical quality and it gives us greater creative freedom. The new technology, if we're smart about how we design jobs and how we apply it, can increase job satisfaction by having more interesting jobs. It improves productivity, frees up time, and saves money in the long run.

The hedge there, obviously, is that at the outset it requires a capital investment.

There are some cautions, which we've explained to you already. One of the most important is that it's important to provide increased training. One of the things we've already begun to wrestle with is the fact that this new technology changes traditional work boundaries and methods.

The video we showed you, for instance, of the equipment show was produced using super–VHS technology, which is really consumer–grade technology, and not a two–or six–person crew but one person. It is not the best quality in the world particularly, but certainly appropriate for our own purpose, which was to do a briefing. These kinds of ranges where a single person can do certain things although multiple people will be required for a high–quality drama are all new territory for us.

What we're looking at, then, is a situation in which these changes add up to more than just new equipment. This is more than just plugging in this year's models of the same stuff. What we're seeing is the emergence of completely new production processes and techniques, and the example we've used throughout television is picture editing.

Picture editing was once done by physically cutting and splicing film. The next generation of editing was to edit the pictures using video tape machines. That process is now well on its way to moving onto computers.

The new ways of organizing work are going to need to be quite dramatic. The design and production changes cut across traditional jurisdiction and job–definition lines. For example, it doesn't make any sense for a particular group to have jurisdiction over computers when the computer, in one form or another, is a tool that virtually everybody is using.

We have begun discussions about these changes with our bargaining units, and we are working jointly with them in a pilot project in Windsor that incorporates both new technology and new job patterns.

• 1645

To sum up then, economic realities require us to become exceptionally productive. Technology will be offering some new opportunities. We believe we start with a good competence base, both technically and generally.

[*Traduction*]

Nous sommes bien placés pour affirmer que ces nouvelles technologies permettent d'améliorer la qualité de nos émissions, et ce, en raison de la qualité technique supérieure et de la grande liberté créatrice qu'elles nous offrent. Si nous les appliquons intelligemment et si nous réorganisons le travail autour d'elles, ces nouvelles technologies vont accroître la satisfaction professionnelle de nos employés en leur donnant un travail plus intéressant à accomplir. Bref, elles vont améliorer la productivité, faire gagner du temps et nous permettre de réaliser des économies à long terme.

Le seul hic, évidemment, c'est qu'il faut faire un investissement considérable au départ.

Certaines mises en garde sont également nécessaires, comme nous vous l'avons déjà expliqué. A ce sujet, l'une des plus importantes concerne la nécessité d'assurer une formation accrue. D'ailleurs, nous voilà déjà confrontés à la nouvelle réalité qui résulte de cette évolution technologique, et c'est celle d'un milieu de travail où les limites et les méthodes traditionnelles ne tiennent plus.

La vidéo que nous vous avons montrée au sujet de l'équipement a été produite en utilisant la technologie super–VHS, qui donne une qualité adéquate pour les consommateurs, et ce, avec un seul intervenant, au lieu d'une équipe de deux ou de six personnes. Ce n'est évidemment pas la meilleure qualité possible, mais c'était tout à fait approprié dans ce contexte, c'est–à–dire pour un exposé présenté dans le cadre d'une séance d'information. Nous explorons à présent un territoire tout à fait nouveau qui nous permet de constater toute la gamme de possibilités pour un seul intervenant qui veut produire certaines choses, par opposition à une équipe qui doit produire une émission dramatique de haute qualité.

Il s'agit donc d'une situation où tous ces changements entraînent plus que la simple acquisition de nouveau matériel. Il ne s'agit pas simplement d'obtenir le modèle le plus récent des mêmes machines. Nous assistons à présent à l'émergence de techniques et de procédés de production tout à fait nouveaux et l'exemple que nous avons utilisé pour la télévision est celui du montage de films.

Le montage des films se faisait jadis en coupant et en collant les différentes parties de la pellicule. Il est devenu possible ensuite de monter les films à l'aide de magnétoscopes. Cette méthode est maintenant en train d'être remplacée par l'ordinateur.

Les nouveaux modes d'organisation du travail vont devoir être très différents. L'évolution du travail de conception et de production est telle que les descriptions de tâches et les champs de compétence traditionnels ne tiennent plus. Par exemple, il ne tient pas debout de confier la responsabilité du matériel informatique à un groupe particulier si l'ordinateur, sous une forme ou une autre, devient l'outil de presque tous les employés.

Nous avons déjà commencé à discuter de tous ces changements dans nos unités de négociation, et nous travaillons en collaboration avec elles dans le cadre d'un projet pilote à Windsor qui incorpore les nouvelles technologies et les nouveaux champs de compétence.

En résumé, la réalité économique est telle que nous devons devenir exceptionnellement productifs. La technologie nous offre de nouveaux moyens d'y arriver. Nous estimons que notre base de compétence à la fois technique et générale est déjà bonne.

[*Text*]

Our engineering people have been getting us excellent value for our technology dollars. The CBC's workforce is competent and committed. We think these combined talents provide the mix we need to take maximum advantage of the new opportunities.

The president has some closing remarks.

Mr. Manera: Mr. Chairman, I will rely on the presentations that have been made, because I think they touched pretty well on all the bases. I know the time is tight, so rather than me making any closing remarks, I'll just turn it over to you for any questions you may have. We'll try to answer them to the best of our ability.

The Chairman: Thank you very much for showing that the medium is also the message, or something. I wondered what happened to Benmergui. You're not blaming it on the technology?

Mr. Manera: No, I was saying that we need to redo that slide and update it.

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Merci beaucoup pour la présentation. Très honnêtement, j'ai la tête pleine et vide à la fois. C'est une situation bizarre. C'est rare qu'il m'arrive de vivre cela. Mais je suis contente d'une chose, c'est qu'on nous ait présenté la nouvelle technologie en utilisant des technologies qui nous permettent de bien comprendre la situation. En tout cas, une image vaut mille mots, et vous avez eu des milliers de mots.

Je ne sais même pas si je vais arriver à dormir, parce qu'habituellement, j'ai de la difficulté à m'endormir quand j'apprends une chose dans une journée, mais là, j'en ai appris pas mal.

Savez–vous, monsieur Manera, je pense que j'ai compris votre astuce. Si on vous trouve le moyen d'obtenir 60 millions de dollars pour mettre en avant vos nouvelles technologies, est–ce qu'avec la réduction d'emplois que cela va occasionner, vous allez sauver 120 millions de dollars?

M. Manera: Laissez–moi vous expliquer. Le manque à gagner est de 180 millions de dollars. Donc, il faut réduire nos dépenses, ou augmenter le revenu, ou un mélange des deux pour combler le manque à gagner de 180 millions de dollars. Notre plan, jusqu'à présent, est de trouver des économies de 120 millions de dollars, et on espère que les 60 millions de dollars arriveront avec nos ressources.

L'effet sur le personnel est difficile à prédire, en ce moment, mais, grosso modo, la répartition de notre budget actuel est d'environ 50–50 entre le personnel et les autres dépenses. Donc, on peut s'attendre—et je spécule un peu, mais je pense que je ne suis pas loin de la vérité—à ce que la moitié des économies de 120 millions de dollars viendrait avec la réduction du personnel, et l'autre moitié dans la réduction d'autres frais.

Ceci—et je pense à la réduction du personnel—est une conséquence inévitable du manque à gagner. Il n'y a pas de choix. On peut essayer de faire par attrition, c'est une autre solution.

[*Translation*]

Nos spécialistes du génie nous permettent de profiter au maximum des technologies déjà mises en application au sein de la société. Les effectifs de la SRC sont à la fois compétents et engagés. Nous sommes d'avis que cette combinaison de talents et de compétences va nous permettre de profiter au maximum des nouvelles occasions qui se présentent.

Le président va faire quelques brèves remarques de clôture.

M. Manera: Monsieur le président, je pense qu'il serait préférable qu'on s'en tienne aux exposés qui vous ont déjà été faits, car ils ont couvert à peu près tout, à mon avis. Comme nous n'avons pas beaucoup de temps, au lieu de faire des remarques de clôture, je vais simplement vous inviter maintenant à nous poser des questions. Nous allons évidemment essayer d'y répondre au mieux de nos compétence.

Le président: Merci beaucoup de nous avoir démontré que le médium constitue effectivement le message. Je me demande ce qu'est devenu Benmergui. Je suppose que vous n'attribuez pas son départ à la technologie?

M. Manera: Non, je disais qu'il faudrait refaire cet acétate pour qu'il soit mis à jour.

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Thank you very much for your presentation. To be perfectly honest with you, I have the feeling that I've been given a great deal of information and none at the same time. It's very strange. I rarely have that feeling. But I'm happy about one thing: at least we've been introduced to this new technology using the very technologies that will allow us to understand exactly what is involved. There is no doubt that a picture is worth a thousand words, and you have many thousands of words.

Actually, I'm wondering whether I'm going to be able to sleep tonight, because I generally have trouble falling asleep if I've learned something during the day and in this case, I've learned quite a few things.

You know, Mr. Manera, I think I have finally understood what the trick is here. If we find some way of getting 60 million dollars to put these new technologies in place with the reduction in the number of jobs that this is likely to lead to, you will be able to save 120 million dollars, is that right?

Mr. Manera: Let me explain. We have a 180 million dollar shortfall. So, what is required is either a reduction in expenditures, or an increase in revenues, or a combination of the two that will allow us to make up the 180 million dollar shortfall. Our plan up until now has been to find ways of saving 120 million dollars, and we hope that the 60 million dollars will be generated through our own resources.

The impact on staff is difficult to predict at this time, but generally speaking, the current buget split is about 50/50 for staff and other expenditures. So, we can expect—and here I'm speculating somewhat, although I don't imagine this is very far from the mark—that half of the 120 million dollars in savings will come through staff reductions, while the other half will be achieved through reductions in other spending areas.

This—and by that I mean a staff cutback—is an inevitable consequence of the shortfall. We simply have no choice. Of course, another solution would be to try to achieve our goals through attrition.

[*Texte*]

Donc, la technologie fait partie de la solution dans le sens que si la seule chose à faire était la réduction du personnel, on ne pourrait pas garder le niveau de service. La technologie nous aide à repenser un peu la façon de faire les choses, pour nous permettre, avec moins de personnel, de livrer le service au public. Donc, c'est la philosophie de base de notre plan stratégique. Il y a beaucoup de chemin à faire pour mettre en place tout cela. Mais la technologie fait partie de la solution.

Mme Tremblay: Monsieur Doucet, vous avez fait allusion à la formation. Cela va nécessiter beaucoup de formation pour le personnel. Est-ce que c'est quelque chose que vous avez déjà envisagé comme, par exemple, toute la production qu'il va falloir faire au niveau du contenu? Il nous faudra probablement un programme d'infrastructure dans le domaine culturel, comme il y en a eu un dans le domaine des égouts, de la voirie et des routes. Non?

[*Traduction*]

So, technology is part of the solution, in the sense that if our only option were to reduce the size of our staff, we could certainly not expect to maintain the same level of service. Technology is helping us to rethink the way we do things, so that we can provide the same service to the public with fewer employees. I would say that is the basic philosophy underlining our strategic plan. There are many different ways of actually implementing that strategy. But I think it's important to stress that technology is part of the solution.

Mrs. Tremblay: Mr. Doucet, you referred to training in your comments. I imagine these plans will require extensive staff training. Is that something you've already considered,—just like the production that will be required in terms of content? I imagine we will need an infrastructure program in the cultural sector, just as we have one for our sewers and road system. Do you not agree?

• 1650

M. Manera: La formation est un élément clé de tout cela. Nous avons déjà accordé des budgets accrus à la formation, et ensuite pour assurer que les ressources soient dépensées de la façon la plus efficace, nous avons établi une espèce de comité pour gérer tout cela, comité qui comprend des représentants des employés.

Donc, ce n'est pas simplement la direction mais les employés qui sont impliqués; les employés ont un intérêt particulier dans tout cela. Nous avons, par exemple, un représentant des syndicats francophones, et un représentant des syndicats anglophones qui font partie du comité de gestion de tout cela.

Alors, je m'attends à ce qu'on doive continuer à le faire parce qu'on est au début de l'implantation de cette nouvelle technologie, mais c'est quelque chose que nous avons accepté et reconnu depuis longtemps. Cela fait partie du plan, et il faut le faire.

Mme Tremblay: D'accord. Monsieur le président, pour permettre à tout le monde de passer, je vais sacrifier quelques minutes. Je vais revenir avec une autre question plus tard.

The Chairman: Jan Brown.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Thank you, Mr. Chairman. I will be fairly brief here.

I really have to commend you for the presentation. It was wonderful to be part of that experience, and I do thank you for bringing that to us. That's the first thing I wanted to say.

The other thing is that it has been my sense over the past few weeks coming to this point today when I will be able to present something on the floor of the House, there is a real nervousness in the industry about where broadcasting is going to go. I don't think it's just because people are maybe afraid of what I'm going to say, because it's not going to be so damaging or so challenging that you won't be able to deal with it, but changes are on the way. They just have to happen. There is no way on this earth that the CBC or broadcasting as we've seen it over these years can continue as it is. Changes just have to come.

Mr. Manera: Training is a key element of this strategy. We have already set aside increased funds for training purposes, and in order to insure that our resources are used in the most effective way possible, we have established a committee to manage these issues—a committee that includes employee representatives.

So, it is not only management making these decisions; employees are also very much involved—indeed, this is something that is of special interest to them. For instance, the management committee includes one representative of the francophone unions, as well as one representative of the anglophone unions.

So, I expect this process to continue as we are only starting to implement this new technology; but let us just say that it's something that we have accepted and recognized for a long time. It is very much part of our plan and we have every intention of going ahead with it.

Mrs. Tremblay: Fine. Mr. Chairman, so that everyone gets a turn, I am willing to sacrifice the remaining minutes of my time. Perhaps I could ask another question later.

Le président: Jan Brown.

Mme Brown (Calgary-Sud-Est): Merci, monsieur le président. Je serai brève.

Je tiens absolument à vous féliciter de votre exposé. C'était formidable de pouvoir participer à cette expérience, et je tiens à vous remercier de cette démonstration. Voilà donc mon premier commentaire.

Deuxièmement, j'ai l'impression depuis plusieurs semaines, et c'est ce qui m'amène à présenter quelque chose aujourd'hui devant la Chambre des communes, que l'industrie est vraiment inquiète quant à l'avenir de la radio-diffusion. Je ne pense pas que la raison en soi alors crainte au sujet de la teneur de mes remarques, car ces dernières ne seront jamais à ce point négatives ou provocatrices que vous soyez dans l'impossibilité d'y répondre, même si la situation est effectivement en train d'évoluer. Ces changements sont tout à fait inévitables. Il est impossible que la SRC ou que l'industrie de la radio-diffusion, telle que nous l'avons connue, continue de fonctionner de la même manière. Des changements sont absolument indispensables.

[*Text*]

I'm going to come back to this notion of competition because really I do believe that the technological advances that. . . You have it. You have it all. It's right there. We've got great people in Canada to initiate this technological advance. But it comes back to competition.

Ms Scott, you mentioned about 10¢ versus 25¢ or 35¢ when you're going in to do a bid or on a piece of work.

Ms Scott: No, that was the cost that a cable subscriber would have to pay for the headline news services.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): That's right, thank you. But you can offer something that low because the playing field you're on is not level. You've already got a huge leg up with $1 billion subsidy that you get from Canadian taxpayers. So this is where I see the change has to happen. It's in that regard, because if competition is going to help Canadian broadcasting to survive and thrive overall, the playing field has to be the same for everybody.

You admitted that the media revenue has remained static over time, and it's like that for all of the broadcasters. All of the broadcasters must compete on that same level playing field, and I guess that's my problem. That's my concern, that you have such a tremendous leg up that you can go and offer 10¢ over 25¢ or 35¢.

Ms Scott: We did not offer to provide a cartoon service. We didn't offer to provide a women's channel. We didn't offer to provide *Discovery*. We offered a news channel, because there's already a huge investment. Dollars from your constituents, from all of us around this table, have been invested in the CBC, and we have an enormous resource there at our disposal. When the CRTC looked at the Newsworld application back in 1987, it saw the richness of that public investment. To turn your back on money the people of Canada have already put into a huge resource—really, if you think about it, not just in terms of buildings, but in terms of trained, competent individuals who know one hell of a lot about broadcasting. . . If you decide that your constituents should pay twice as much for probably not as good a service, then you have to decide whether you are giving them the benefit of what they have already invested in. These are public dollars.

Now, the same situation arises with the headline news service. The commission could decide for other reasons to give a licence to someone other than the CBC. It could decide that it wants to have a variety of news services, and it's an interesting example because 10¢ and 35¢ aren't that far off, quite frankly. The commission could have made that decision.

[*Translation*]

Je voudrais en revenir à la notion de concurrence, car je suis vraiment convaincue que les progrès technologiques. . .autrement dit, vous avez tout ce qu'il vous faut. Il ne vous manque absolument rien. Tout est là. Nous avons des gens fort compétents au Canada qui pourront lancer cette révolution technologique. Mais encore une fois, c'est une question de concurrence.

Madame Scott, vous avez parlé de 10c., par opposition à 25c. ou à 35c. lorsque vous faites une offre pour produire quelque chose.

Mme Scott: Non, il s'agissait du coût pour l'abonné des services de câblodistribution d'un service de manchettes.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Oui, c'est exact; merci. Mais vous êtes en mesure d'offrir vos services à un coût peu élevé, puisque vous n'êtes pas sur un pied d'égalité avec les autres intervenants. Vous avez déjà un gros avantage, puisque vous recevez une subvention d'un milliard de dollars des contribuables canadiens. C'est justement là qu'il faut opérer des changements, car si la concurrence va permettre à l'industrie canadienne de la radio–diffusion de survivre et de prospérer, il faut absolument que tout le monde soit sur un pied d'égalité.

Vous avez admis que les revenus des médias sont restés à peu près inchangés, et il en va de même pour tous les radio–diffuseurs. Il faut que tous les radio–diffuseurs soient sur un pied d'égalité, et c'est justement ce qui me préoccupe le plus. Je trouve inadmissible que ce gros avantage qui vous est offert vous permet d'offrir vos services à 10c., plutôt qu'à 25c. ou à 35c.

Mme Scott: Nous n'avons jamais offert de fournir un service de dessins animés. Nous n'avons pas offert non plus de fournir un service s'adressant aux femmes. Nous n'avons pas offert de fournir le service *Discovery*. Nous avons plutôt offert une chaîne de nouvelles, car nous avons déjà fait d'importants investissements dans ce domaine. Les deniers publics, c'est–à–dire l'argent de vos électeurs et de tous ceux qui sont assis autour de cette table, ont été investis dans la SRC, et nous avons donc maintenant accès à une ressource de taille considérable. Lorsque le CRTC a examiné la demande de création de Newsworld en 1987, il s'est rendu compte de la richesse qu'apporterait cet investissement de deniers publics. Donc, refuser de mettre à profit l'argent que les Canadiens ont déjà investi dans cette ressource importante—quand on y songe, on se rend compte que ce ne sont pas tellement les immeubles, mais surtout les personnes spécialisées et compétentes qui sont devenues vraiment expertes dans le domaine de la radio–diffusion, ce serait dommage. . . Si vous décidez que vous électeurs devraient payer deux fois plus pour obtenir un service de qualité sans doute inférieur, vous devrez décider alors si vous leur permettez de cette façon de profiter vraiment des sommes qu'ils ont déjà investies. Il s'agit effectivement de deniers publics.

Il en va de même pour le service de manchettes. Le Conseil pourrait décider, pour d'autres raisons, d'accorder une licence à un service autre que la SRC. Il pourrait décider qu'il est préférable d'avoir une gamme de services de nouvelles, et c'est un exemple intéressant que vous avez cité en fait, car en fait, il n'y a pas un grand écart entre 10c. et 35c.. Donc, le Conseil aurait très bien pu prendre justement cette décision–là.

[*Texte*] [*Traduction*]

• 1655

But let's not turn our back on the money that's already a sunk cost. That's a basic principle of economics—and, quite frankly, it's a basic principle of life in Canada. We can't afford to start from zero.

That certainly doesn't mean that we will have a leg up on everyone with respect to all services. I don't think we would believe that there is a sufficient investment in the CBC for us to offer a cartoon channel. I don't think there's a huge advantage to the taxpayers of Canada for us to use the investment in that way. But you have to consider very carefully what money is already there and how much of a return you want on that investment that has already been made.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I appreciate what you're saying. I really don't want to be distracted from the point I was trying to make by whether we would put a cartoon channel or a women's channel or anything else. To me, it really comes down to basic competition within the broadcasting environment.

Ms Scott: But there isn't basic competition in the broadcast environment. There's telephone money that's made available to some. There is size that is made available to some. We don't have the expertise that CHUM has in some areas, because we haven't developed it and we haven't invested in it. TSN just moved to their completely digital facility. This morning I think there was the first sports show done with it.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): So you don't think that this billion–dollar subsidy happens to give you a slight advantage, perhaps, over other members of the broadcasting community?

Ms Scott: It has given us a huge advantage in creating Canadian product. We have Canadian product, and what a wealth it is. As David mentioned to you, the archives are there already. The investment is made. So you can decide to turn your back on that and not use that investment, or you can decide to exploit it. These are decisions that people have to make: how best to use the money that has already gone into the system.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I really appreciate your comments. Thank you very much. There is an ideological difference here.

The Chairman: Jan Brown is rushing off to privatize you as we speak.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Hardly. Oh, for goodness sake!

The Chairman: If I keep the thing going, then goodness knows what will happen without it. Don't worry; I'm going to be in there myself, as is Mrs. Tremblay.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): And I'm looking forward to it. Again, thank you very much for being here.

Ms Scott: If you privatize, it's good for the salaries. So on that front maybe we'll wish you Godspeed.

Mr. Solberg (Medicine Hat): I don't know about that.

Mais ne faisons pas comme si nous n'avions pas déjà dépensé de l'argent pour cela. C'est un principe économique fondamental et, à vrai dire, c'est un principe fondamental de la vie au Canada. Nous ne pouvons pas nous permettre de partir de zéro.

Cela ne veut certainement pas dire que nous aurons un avantage sur tout le monde pour tous les services. Nous ne pourrions sans doute pas croire que nous avons assez d'investissement pour nous permettre d'offrir un canal de dessins animés. Je ne crois pas qu'il serait très avantageux pour les contribuables du Canada que nous utilisions cet investissement de cette façon–là. Il faut néanmoins examiner avec soin l'argent qui est déjà là et le type de rentabilité que l'on attend des investissements déjà effectués.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je vois ce que vous voulez dire. Je ne voudrais pas changer de sujet et parler de savoir si nous voudrions faire une chaîne de dessins animés, ou pour les femmes ou je ne sais quoi. Pour moi, il s'agit avant tout d'une concurrence fondamentale sur les ondes.

Mme Scott: Mais il n'y a pas de concurrence fondamentale sur les ondes. Il y a l'argent du téléphone dont peuvent disposer certains. Il y a la taille dont peuvent disposer certains. Nous connaissons certains domaines moins bien que CHUM, parce que nous y sommes moins intéressés et que nous n'avons pas fait d'investissement là dedans. TSN vient de commencer à utiliser des installations entièrement numériques. Ce matin, je crois, il y a eu la première émission de sports diffusée de cette façon.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Vous ne pensez donc pas que cette subvention de 1 milliard de dollars vous donne un léger avantage par rapport à d'autres entreprises de diffusion?

Mme Scott: Cela nous donne un énorme avantage pour la création de produits canadiens. Nous avons des émissions canadiennes et c'est une énorme richesse. Comme David l'a signalé, les archives existent déjà, les investissements ont été faits. On peut donc décider de ne pas en tenir compte et de ne pas utiliser cet investissement ou on peut préférer l'exploiter. Voilà les décisions qu'il faut prendre: comment utiliser au mieux l'argent qui a déjà été investi dans le système.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je vous remercie beaucoup pour vos commentaires. Nous avons des idéologies différentes.

Le président: Jan Brown se dépêche de vous privatiser en ce moment même.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): J'aurais du mal à le faire, enfin!

Le président: Si je n'interviens pas, Dieu seul sait ce qui va se passer. Ne vous inquiétez pas, je vais intervenir, comme M^me^ Tremblay.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je serais heureuse de vous entendre. Je vous renouvelle mes remerciements.

Mme Scott: Une privatisation serait bonne pour les salaires. De ce côté–là, nous vous souhaitons donc bonne chance.

M. Solberg (Medicine Hat): Je n'en suis pas sûr.

[*Text*]

The Chairman: Mr. Gallaway.

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): From your hour–long clip, you talk about digital technology. One of the things that struck me is that towards the end of this clip you talked about this large investment, I assume it is—that the CBC is in the vanguard of this operation. I just wonder how you reconcile hardware development with your mandate of programming Canadian content, if in fact, as your clip stated, in some cases it's going to help your competition. Can this be left to the other broadcasters? In other words, you would play a follow–along role as opposed to a lead one.

Mr. McKay: We might have misled you. We probably have precisely the same view about hardware development. We do virtually no development of hardware. At one point in our history we had done a little bit of it, and what that did largely was to give us a much greater appreciation of the expertise of the people who manufacture hardware. So for the last several years we have been very deliberate and in our dealing with our own engineering people have really said to them: "We're here to produce programs. That's what we know about. Sony and Ampex and international manufacturers who specialize in this build equipment, and what we should set out to do is be the smartest customers for their products".

I cannot think of any significant place where we're doing hardware development. In fact, the way we express this to our engineering people is that we would prefer to buy it off the shelf, in a box, preferably a product they've made so many of that they've printed the model number on the outside of the box. That's how much interest we have in experimental broadcast production equipment.

Mr. Gallaway: At some time in the past the CBC was involved in a distribution system. I think they formed something called Northstar. Whatever happened to that? It's a system whereby you were going to distribute Canadian programming through U.S. cable systems.

• 1700

Mr. Manera: Yes. That's on target. We haven't developed the distribution system. The distribution will be done by DirecTV, which is a U.S. direct–to–home satellite service. We will be supplying the content, of course, and the packaging. It is being launched this fall, and as a matter of fact there are two services. We've changed the name Northstar because there was a copyright problem. The two services will be Trio and Newsworld International. They will be aimed at the U.S. market. The objective is to provide another outlet for Canadian programming, and bring in revenue, which we will then be able to plough back into our Canadian programming to help us further improve it.

Mr. Gallaway: How much did CBC invest in Northstar or whatever it's called today?

Mr. Manera: It's now both Trio and Newsworld International. That's one of those questions that has some commercial sensitivities in terms of our competition, and as I indicated earlier—

[*Translation*]

Le président: Monsieur Gallaway.

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): Dans votre bande–annonce d'une heure, vous parlez de la technologie numérique. J'ai été notamment frappé par le fait que, vers la fin de la bande, vous parlez de cet investissement, sans doute important, qui permet à Radio–Canada d'être à l'avant–garde. Je me demande comment vous conciliez la mise au point de matériel avec votre mandat de diffusion de contenu canadien si, comme on le dit dans votre bande, cela peut parfois venir en aide à vos concurrents. Est–ce qu'on peut laisser l'initiative aux autres radiodiffuseurs? En d'autre termes, allez–vous vous contenter de suivre les autres au lieu de faire les chefs de file?

M. McKay: Nous vous avons peut–être induit en erreur. Je crois que nous avons exactement la même idée au sujet de la mise au point de matériel. Nous ne faisons pratiquement rien de cela. Cela s'est fait pendant une certaine période et nous avons ainsi appris à nous rendre mieux compte de l'expertise dont doivent faire preuve les fabricants de matériel. Nous avons fait un choix il y a quelques années et nous avons dit la chose suivante à nos techniciens: «Notre rôle est de réaliser des émissions. C'est le domaine que nous connaissons. Sony, Ampex et d'autres entreprises internationales spécialisées fabriquent du matériel et nous devrions simplement nous efforcer d'être les meilleurs utilisateurs de leurs produits».

Je ne vois aucun domaine important où nous soyons en train de mettre au point du matériel. En fait, nous disons à nos techniciens que nous préférons acheter des appareils commerciaux, emballés, et de préférence un produit fabriqué en tellement d'exemplaires que le numéro du modèle est imprimé à l'extérieur de la boîte. Voilà l'intérêt que nous manifestons à l'égard du matériel de production expérimental.

M. Gallaway: Par le passé, Radio–Canada a participé à un réseau de distribution. Je crois que vous aviez formé quelque chose qui s'appelait Northstar. Qu'en est–il advenu? Vous aviez l'intention de diffuser des émissions canadiennes sur les réseaux de câble américains.

M. Manera: Oui. Il en est toujours question. Nous n'avons pas encore mis sur pied le réseau de distribution. Celle–ci sera assurée par DirecTV, le service américain de radiodiffusion directe à domicile par satellite. Nous fournirons bien sûr le contenu et sa présentation. Le service va être lancé à l'automne, et en fait, il y en a deux. Nous avons changé le nom de Northstar à cause d'un problème de droits d'auteur. Les deux services s'appelleront Trio et Newsworld International. Ils seront destinés au marché des États–Unis. L'idée est de fournir un débouché supplémentaire pour les émissions canadiennes et d'obtenir un revenu que nous pourrons ré–investir dans notre programmation canadienne pour nous aider à l'améliorer encore.

M. Gallaway: Combien Radio–Canada a–t–elle investi dans Northstar ou les sociétés qui ont pris sa place maintenant?

M. Manera: Il s'agit de Trio et de Newsworld International. C'est le genre de question délicate du point de vue commercial par rapport à nos concurrents, comme je l'ai indiqué plus tôt. . .

[*Texte*]

Mr. Gallaway: Okay, I'll pass on that. I would ask you—

Mrs. Tremblay: That was the wrong question.

Mr. Gallaway: I'll pass on that and ask you what you project as being the rate of return.

Mr. Manera: Fairly high.

Mr. Gallaway: Since we don't know what the investment is, will it be 5%, 10%. . .?

Mr. Manera: In the early years it won't be anywhere near that high. After the third year we project there will be a net profit and it will keep increasing after that. It depends on how far you go into the future. Initially it will be strictly by satellite, direct to homes. Later we expect to also get into cable and that may even happen sooner, so by the third year it will start bringing in a profit. I don't have the actual rate of return on investment at my fingertips, but we can look into that.

Mr. Gallaway: Does the CBC then distribute this directly to the United States through Newsworld International and Trio, or is there an intermediary?

Mr. Manera: It's a partnership between the CBC and Power Broadcasting. We have created a subsidiary company. That entity is responsible for the service in a contract with DirecTV, which is an American satellite, direct–to–home distributor. That's how it's done.

Mr. Gallaway: Is there any truth to the rumour that a former CBC executive is directing this through Power Broadcasting now?

Mr. Manera: Oh sure. It's a jointly owned company. Several current, not former, CBC board members and executives sit on the board of the joint company. This is a very normal thing to do because in creating a new company, you have to create a board. Both Power Broadcasting and the CBC name people to that board. So the people the CBC names to the board—I'm on the board, for example—are there to represent the interests of the CBC. Power names people to represent the interests of Power.

Mme Tremblay: Oui. Je veux juste être très claire. Vous m'arrêterez si ce sont des questions qu'on ne doit pas poser mais je voudrais les poser.

Au départ, vous avez créé une compagnie qui s'appelle *Power Broadcasting*, c'est ça?

M. Manera: Non, non, non. Ce n'est pas nous. *Power Broadcasting* existait. C'est la compagnie. . .

Mme Tremblay: Bon, d'accord. Donc ça, ça fait partie de *Power Corporation.*

M. Manera: Oui, c'est ça.

Mme Tremblay: Donc, ça représente un tiers des partenaires.

M. Manera: Non. La moitié.

Mme Tremblay: Alors ils possèdent aussi la moitié de Trio et de Newsworld International?

[*Traduction*]

M. Gallaway: D'accord, je retire ma question. J'aimerais savoir.

Mme Tremblay: C'était une question à ne pas poser.

M. Gallaway: Je la retire et je vous demande à quel taux de rentabilité vous vous attendez.

M. Manera: Plutôt élevé.

M. Gallaway: Puisque nous ne savons pas à combien se monte cet investissement, est–ce que ce sera 5 p. 100, 10 p. 100. . .?

M. Manera: Au cours des premières années, on sera loin de ça. Au bout de trois ans, nous commencerons à réaliser un profit net qui augmentera ensuite progressivement. Cela dépend de la période envisagée dans la projection. Au début, il y aura seulement une diffusion à domicile par satellite. Nous pensons ensuite ajouter la câblodistribution, peut–être d'ailleurs plus tôt que prévu, si bien que l'on commencera à voir un profit la troisième année. Je ne connais pas par coeur le taux réel de rentabilité, mais nous pouvons vérifier ce qu'il en est.

M. Gallaway: Est–ce que, dans ce cas, Radio–Canada effectue directement la distribution aux États–Unis en passant par Newsworld International et Trio, ou est–ce qu'il y a un intermédiaire?

M. Manera: C'est une association entre Radio–Canada et Power Broadcasting. Nous avons créé une filiale qui assume la responsabilité du service dans un contrat conclu avec DirecTV, société américaine de distribution par satellite. Voilà comment cela se passe.

M. Gallaway: Que doit–on penser de la rumeur selon laquelle un ancien dirigeant de Radio–Canada dirigerait tout cela par l'intermédiaire de Power Broadcasting?

M. Manera: Oh oui. C'est une entreprise en propriété commune. Il y a plusieurs membres du conseil d'administration et de la direction de Radio–Canada, des membres actuels, pas des anciens membres, qui siègent au conseil d'administration de cette société commune. C'est normal puisque, quand on crée une nouvelle société, il faut constituer un conseil d'administration. Power Broadcasting et Radio–Canada nomment chacune certains de ces membres. Les gens que Radio–Canada nomment au conseil—moi par exemple—sont là pour représenter les intérêts de Radio–Canada, et les gens nommés par Power représentent les intérêts de Power.

Mrs. Tremblay: Yes. I would like to be very clear. Please stop me if I'm asking any question that I shouldn't ask but I would like to give it a try.

Initially, you set up a company that is called Power Broadcasting, is that right?

Mr. Manera: No, no, no. We did not set it up. Power Broadcasting existed already. The company. . .

Mrs. Tremblay: Well, alright. Therefore, it belongs to Power Corporation.

Mr. Manera: Yes, that's right.

Mrs. Tremblay: So this accounts for one third of the partners.

Mr. Manera: No. One half.

Mrs. Tremblay: In that case, do they also own one half of Trio and of Newsworld International?

[*Text*]

M. Manera: C'est ça.

Mme Tremblay: Et l'autre partie appartient à Radio–Canada?

M. Manera: À Radio–Canada, c'est ça.

Mme Tremblay: Bon.

M. Manera: C'est 50/50.

Mme Tremblay: Bon, d'accord. Maintenant, vous vous êtes affiliés avec un troisième qui est DirecTV.

M. Manera: Non. Le troisième c'est. . .

Mme Tremblay: C'est lui qui va distribuer?

M. Manera: C'est pour la distribution. Il y a un contrat. . .

Mme Tremblay: C'est un câblodistributeur?

M. Manera: Non. Pas par câble. C'est par satellite.

Mme Tremblay: D'accord. Donc vous avez un contrat avec eux pour qu'ils distribuent.

• 1705

M. Manera: C'est ça.

Mme Tremblay: Maintenant, pour être un peu plus précis, M. Veilleux est–il actionnaire de cette compagnie? A–t–il vendu ses parts?

M. Manera: Non.

Mme Tremblay: C'est ça la rumeur qui circule.

M. Manera: Non, non. Il n'a pas d'actions.

Mme Tremblay: Pour être très précis, M. Veilleux, en tant que président de Radio–Canada, aurait acheté des parts qu'il a revendues, genre Mario Bertrand

M. Manera: Non, non!

Mme Tremblay: «Mario Bertrand numéro 2».

M. Manera: Non, non! Le conseil de Radio–Canada nomme quatre personnes au conseil de Northbridge. La nouvelle compagnie s'appelle Northbridge. C'est une filiale que possèdent conjointement Radio–Canada et Power Broadcasting.

Donc, à l'époque, quand M. Veilleux était encore PDG de Radio–Canada, il était une des personnes qui avaient été nommées par le conseil. Maintenant qu'il a quitté Radio–Canada, c'est moi qui l'ai remplacé. Nous ne sommes pas actionnaires. Les actionnaires, ce sont Radio–Canada et Power Broadcasting.

Mme Tremblay: D'accord. Très bien. C'est clair.

Mr. Solberg: I want to follow up on Ms Scott's remarks during the presentation. She referred to the Allarcom situation when Newsworld was competing with Allarcom for that news channel. You're saying, I think, that because that infrastructure is in place in CBC it's just logical that we should make use of those resources. You have some expertise in news, so you could use the same resources that you use for CBC English–language TV for Newsworld.

[*Translation*]

Mr. Manera: That's right.

Mrs. Tremblay: And the other half belongs to CBC?

Mr. Manera: To CBC, that's right.

Mrs. Tremblay: All right.

Mr. Manera: It's 50/50.

Mrs. Tremblay: All right. Now, you are affiliated with a third company that's called DirectTV.

Mr. Manera: No. The third one is. . .

Mrs. Tremblay: They are going to do the distribution?

Mr. Manera: They will handle the distribution. There is a contract. . .

Mrs. Tremblay: Are they a cable operator?

Mr. Manera: No. The distribution will be done by satellite, not by cable.

Mrs. Tremblay: All right. So you have a contract with them regarding the distribution.

Mr. Manera: That's right.

Mrs. Tremblay: Now, more to the point. Is Mr. Veilleux a shareholder in that company? Did he sell his shares?

Mr. Manera: No.

Mrs. Tremblay: I have heard a rumour to that effect.

Mr. Manera: No, no. He doesn't have any shares.

Mrs. Tremblay: To be very precise. Mr. Veilleux, when he was chairman of CBC, would have bought some shares and then sold them. Somehow like Mario Bertrand.

Mr. Manera: No, no!

Mrs. Tremblay: Mario Bertrand no. 2.

Mr. Manera: No, no! The board of CBC appoints four people to the board of Northbridge, the new company. The jointly owned subsidiary of CBC and Power Broadcasting.

When Mr. Veilleux was still chairman of CBC, he was one of the people appointed by the board. Now that he no longer is with CBC, I took his place. We are not shareholders. The shareholders are CBC and Power Broadcasting.

Mrs. Tremblay: All right. Very well. That's clear enough.

M. Solberg: Je voudrais revenir sur ce qu'a dit M^me^ Scott pendant l'exposé. Elle a fait allusion à la concurrence entre Newsworld et Allarcom pour la chaîne de nouvelles. Vous semblez dire que, puisque Radio–Canada dispose de cette infrastructure, il est logique qu'on l'utilise. Vous connaissez bien le secteur des nouvelles, et vous pourriez donc utiliser pour Newsworld les mêmes ressources que pour le réseau de télévision anglais de Radio–Canada.

[*Texte*]

You have said you wouldn't pursue a cartoon channel, but you have pursued a cultural channel really through Victoria Tennant and also, of course, *Showcase*. But where would it end? You do have some history in a lot of different areas, including sports. Presumably, using that argument, there would be nothing that is beyond your grasp save cartoons.

Ms Scott: I think in terms of the presentation Mr. Manera made at the specialty hearings he indicated that we were pursuing areas that we felt comfortably with within our mandate, and so we were looking at news and information and the performing arts. I think *Showcase* is a little bit different. *Showcase* really is making use of product. When I speak about the investment, these programs were in the can. They were sitting on the shelf somewhere. Now they are going to be given a second window, and we're going to make some money through that because we have an equity position in the company. I think that's a little bit different. That's simply making wise use of past investments.

Mr. Solberg: Your mandate, obviously, in your judgment, is quite broad then. It extends to offering just about any kind of specialty service.

Mr. Manera: The board of the CBC discussed this question. At the time when a decision had to be made as to what extent we should be involved in specialty channels, there was quite an extensive debate within the board. The conclusion of the board was that we should only be involved where there is some sort of public policy reason or public interest in doing so, some public benefit. Mind you, that's a judgment call. Our board concluded that these were the areas where the public interest could be justified.

I think it's important to point out that the CBC doesn't make the final decision in terms of which of the specialty services it will carry out. It's the CRTC that does that. The CBC makes its pitch, as we did. We were successful in one case, *Réseau de l'information*, which actually was the only licence we applied for exclusively under our name. The others were all alliances with the private sector and what have you, although obviously we were important players.

Festival, which was, we thought, an excellent application and would have provided tremendous value to Canadians, was turned down, so obviously the CRTC made the judgment that somebody else had a more appropriate application. It's not the CBC that ultimately decides these things. We can only make our pitch and then the CRTC disposes.

Mr. Solberg: I understand that, but you did get one. That's not bad.

Mr. Manera: It is bad. We should have got more.

Mr. Solberg: Maybe your mandate didn't anticipate some of these things. We've never really had a debate in this country about how far your reach should go. There are other players who have vital interests in this—consumers certainly, but obviously private sector broadcasters too.

[*Traduction*]

Vous avez dit que vous ne chercheriez pas à obtenir une chaîne de dessins animés, mais vous avez cherché à obtenir une chaîne culturelle par l'intermédiaire de Victoria Tennant ainsi que bien sûr, avec *Showcase*. Où cela s'arrêterait–il? Vous avez de l'expérience dans de nombreux domaines, y compris les sports. Sur la base de cet argument, il n'y aurait rien qui puisse échapper à votre main mise, sauf les dessins animés.

Mme Scott: Je pense que dans l'exposé que M. Manera a fait lors des audiences sur les services spécialisés, il a signalé que nous nous intéressions aux domaines qui nous paraissaient relever de notre mandat, voilà pourquoi nous nous tournions vers les nouvelles, l'information et les arts de la scène. *Showcase* me paraît un peu différent, il s'agit plutôt d'utiliser un produit existant. En ce qui concerne les investissements, les émissions en question étaient déjà enregistrées. Elles étaient rangées sur des tablettes quelque part. Maintenant, on va pouvoir les présenter une nouvelle fois et on gagnera un peu d'argent grâce à cela puisque nous sommes actionnaires de la Société. Cela me paraît un peu différent. Il s'agit simplement de rentabiliser les anciens investissements.

M. Solberg: Vous semblez donc avoir une conception très large de votre mandat, qui pourrait couvrir l'offre de pratiquement n'importe quelle sorte de service spécialisé.

M. Manera: Le conseil d'administration de Radio–Canada a discuté abondamment de cette question lorsque nous devions décider dans quelle mesure nous devions nous engager dans les chaînes spécialisées. Le conseil a conclu que nous ne devrions intervenir que s'il s'agit d'une question de politique gouvernementale ou d'intérêt public, si cela sert la population. Bien sûr, c'est subjectif. Notre conseil a conclu que nous servirions l'intérêt public en nous engageant dans ces domaines.

Il me paraît important de souligner que ce n'est pas Radio–Canada qui prend la décision finale quant aux services spécialisés qu'elle pourra diffuser. C'est le CRTC. Radio–Canada présente seulement sa candidature comme nous l'avons fait. Nous avons été choisis dans un cas, pour le réseau de l'information, qui est en fait la seule licence que nous avons demandée exclusivement sous notre nom. Dans les autres cas, nous nous étions alliés avec le secteur privé ou je ne sais qui, même si nous jouions bien entendu un rôle important.

Festival—qui était à notre avis une excellente demande et en aurait vraiment donné aux Canadiens pour leur argent—a été rejeté. Le CRTC a donc de toute évidence jugé que quelqu'un d'autre avait fait une demande plus adéquate. Ce n'est pas Radio–Canada qui choisit en fin de compte. Nous pouvons seulement présenter notre point de vue et c'est le CRTC qui décide.

M. Solberg: Je comprends, mais vous avez reçu une licence. Ce n'est pas mal.

M. Manera: Si, nous aurions dû en recevoir plus.

M. Solberg: Peut–être votre mandat ne prévoyait–il pas certaines de ces choses. Il n'y a jamais eu véritablement de débat dans ce pays sur l'extension de vos activités. D'autres sont aussi très directement concernés, les consommateurs à coup sûr, mais bien entendu aussi les diffuseurs du secteur privé.

[*Text*] [*Translation*]

• 1710

Would you agree that perhaps, before this gets too far out of hand, we have a real debate in this country about just what the role of the CBC is? Perhaps that's what we're going to be doing this fall to a degree. Does that make sense to you?

Seriez–vous d'accord pour que nous ayons peut–être, avant qu'on en perde le contrôle, un véritable débat dans notre pays sur ce que doit être le rôle de Radio–Canada? C'est peut–être ce que nous allons faire cet automne dans une certaine mesure. Est–ce que cela vous paraît raisonnable?

Mr. Manera: It makes a lot of sense. My understanding of this committee's role is that it will be looking at ways in which the CBC is delivering its mandate and perhaps the role and also the sources of financing. It's always up to Parliament. Parliament decides what the mandate is.

M. Manera: Cela me paraît très raisonnable. Pour moi, le comité va examiner de quelle façon Radio–Canada s'acquitte de sa mission, quel est son rôle et quelles sont ses sources de financement. Cela dépend toujours du Parlement qui décide de la nature de la mission.

I would say Parliament made the determination in 1991. It isn't as if the mandate is 20 years old. At that time a lot of these issues were addressed. The technology may not have been as far advanced as it is now, but these things didn't just appear out of the blue. If Parliament decides that it wants to reopen the mandate that's a judgment that Parliament can make. It's not for us to make that judgment.

Je pense que le Parlement a fait son choix en 1991. Il ne faut pas croire que notre mission a 20 ans, il y a beaucoup de questions qui ont été prises en considération à ce moment–là. La technologie n'était peut–être pas aussi avancée que maintenant, mais ces choses–là n'ont pas surgit du jour au lendemain. Si le Parlement décide de réexaminer notre mission, libre à lui de le faire. Nous n'avons pas notre mot à dire là–dessus.

Mr. Solberg: Can I follow up? There was something that was mentioned this morning, if I might go back to that. We were talking about accountability and about the public knowing how much money you make, for instance, on some of these sports ventures that you go into. But how is it possible to know how much money you've made unless we know how much money you bid for some of these things? It was stated, of course, that we were able to find out if you made a profit on some of these things but at the same time it was suggested that you couldn't disclose how much was bid for these because it would put you at a competitive disadvantage. How do you reconcile that?

M. Solberg: Puis–je continuer là–dessus? Je voudrais revenir sur quelque chose qui a été mentionné ce matin, quand nous parlions de l'imputabilité et de la possibilité pour le public de savoir combien vous gagner, par exemmple, avec certains événements sportifs que vous couvrez. Comment peut–on savoir combien d'argent vous avez gagné si on ne sait pas combien vous avez offert pour pouvoir couvrir un de ces événements? On nous a dit, bien sûr, que nous pourrions savoir si vous aviez réalisé un profit dans certains cas, mais en même temps, on nous a laissé entendre que vous ne pouviez pas nous révéler combien vous aviez offert parce que cela nuirait à votre compétitivité. Comment concilier ces deux points de vue?

Mr. Manera: The Auditor General audits our books every year and the Auditor General has access to every single contract, every single cheque, every single transaction that has taken place. There's nothing that prevents the Auditor General from looking into anything he feels needs looking into. We get unqualified audits, so it's not as if we're keeping the information so that we're not accountable; we are accountable.

M. Manera: Le Vérificateur général vérifie nos livres chaque année et il a accès à tous les contrats, à tous les chèques et à toutes les transactions effectuées. Rien ne peut empêcher le Vérificateur général d'examiner tout ce qui lui paraît nécessaire. Nous obtenons toujours des vérifications sans réserves, on ne peut donc pas dire que nous refusons de divulguer l'information et que nous n'assumons pas nos responsabilités, bien au contraire.

The difficulty is that we operate in a mixed environment. We are a public service because Parliament has given us a public service mandate, but we are also operating in a commercial environment where competition is a fact of life. I suppose even if we were not operating in a commercial environment, when we bid on various things, because there are always things you have to bid on or people bid on us, if you release that information it can harm you.

Le problème est que nous fonctionnons dans un système mixte. Le Parlement nous a donné une mission de service public, mais nous opérons également dans un milieu commercial où la concurrence intervient constamment. Je suppose d'ailleurs que, même si ce n'était pas le cas, quand on fait des offres — parce qu'il y a toujours des choses sur lesquelles il faut faire des offres — il peut être dangereux de publier ce genre de renseignements.

Mr. Solberg: Yes.

M. Solberg: Oui.

Mr. Manera: It can harm the public interest. That's why the tradition has been, and Parliament has accepted that, that certain confidential information we don't reveal publicly. But we certainly can reveal it in camera.

M. Manera: Cela peut être contraire à l'intérêt public. Voilà pourquoi il est traditionnel — et le Parlement l'a accepté — de ne pas divulguer publiquement certains renseignements confidentiels. Nous pouvons toutefois certainement le faire à huis clos.

Mr. Solberg: I guess the concern is it's possible for you to bid, for instance, too much for some things in the hope that it will drive your ratings up — and bring you more revenue, certainly, but also make you more relevant I guess in the eyes of Parliament, as your shares go up for some of these high–interest events like the Olympics or for hockey.

M. Solberg: Ce que l'on craint, me semble–t–il, c'est que vous puissiez par exemple offrir trop d'argent pour certaines choses en espérant que cela vous fera monter dans les sondages, tout en vous rapportant de l'argent, certainement, mais en accroissant également votre crédibilité vis–à–vis du Parlement, si votre part du marché augmente à l'occasion de certains événements suscitant un vif intérêt, comme les jeux olympiques ou les rencontres de hockey.

[*Texte*]

I guess what I am concerned about is that at the top end you don't have the shareholders to make sure that your bids are responsible and—give me a little liberty on this—and at the bottom end it's possible for you to undercut private broadcasters too because you don't have to meet that same bottom line. Again, you can expand your revenue base. To me that's a concern. I came out of the broadcasting industry and I'm concerned about that. I wouldn't want to see anybody debasing the revenues at the bottom end or overbidding and driving other people away at the top end.

Mr. Manera: I understand that, Mr. Chairman. First of all, there is this discipline of limited resources that affects us very profoundly. If we decide to put more money into X that means there is less money to put into Y, so there's an automatic discipline there that prevents you from going too far overboard.

In terms of undercutting, there was a number of years ago a charge by some private broadcasters that we were undercutting them and so on and so forth and taking unfair advantage. You know, there is an office of consumer and corporate affairs that is operated or used to be operated by the federal government—I assume it's still there—that investigates these things. My predecessor, Mr. Veilleux, said by all means, place the evidence before this committee and we'll live by the results, but that was never followed up. It's easy to throw pot-shots and say you're competing unfairly, but when it comes time to put up. . .nobody has ever done that.

• 1715

I think there is a bit of a myth about the private sector, that it can do this and it can do that. What's preventing the private sector from doing it now? They are not doing it.

Mr. Solberg: Doing which?

Mr. Manera: They are not offering Canadian programming in prime time, at least not to any measurable extent. If the private sector can do all these things, then what's preventing them from doing it?

Mr. Solberg: Of course public airwaves are public and the CRTC can sort of mandate that a certain amount of programming be Canadian. As you know, because you were in the competition, you didn't get in there unless you had a fairly high level of Canadian content. Where it was placed is important. Those are the things you used actually to bid against each other. The private sector is trying to do that. That's why there were 48 applications for specialty channels.

Mr. Manera: But the CRTC regulations about Canadian content are a minimum, not a maximum. There is nothing to prevent CTV from offering Canadian content 100% of the time.

Mr. Solberg: No one has ever said that they are in there to provide Canadian programming. They are in there to make a profit, and they will bring forward Canadian programming as required.

Mr. Manera: In other words, they are not doing what the CBC is mandated to do?

[*Traduction*]

Ce qui m'inquiète donc, c'est sans doute que, en haut de la hiérarchie, vous n'avez pas d'actionnaires qui veulent s'assurer que vos offres sont raisonnables, et—laissez-moi prendre quelques libertés là-dessus—à la base, vous pouvez couper les prix par rapport aux diffuseurs privés parce que vous n'avez pas les même exigences en matière de bilan financier. Là encore, vous pouvez élargir votre base de revenu. Cela me préoccupe, ne serait-ce que parce que j'ai travaillé dans le secteur de la radio-télédiffusion. Je n'aimerais pas que quelqu'un déstabilise les revenus à la base ou, à l'autre extrême, fasse des offres démesurées pour écarter la concurrence.

M. Manera: Je comprends cela, monsieur le président. Tout d'abord, le caractère limité de nos ressources nous impose une discipline qui conditionne considérablement nos activités. Si nous décidons de dépenser plus pour telle chose, cela veut dire que nous aurons moins d'argent disponible pour telle autre chose; il y a donc une sorte de discipline automatique qui nous empêche de dépasser la mesure.

Quant au fait de couper les prix, certains diffuseurs privés avaient dit il y a quelques années que nous faisions ce genre de choses et que nous abusions de la situation. Or, vous savez, le gouvernement fédéral a un bureau de la consommation et des affaires commerciales—je suppose qu'il existe encore—qui étudie ce genre de choses. Mon prédécesseur, M. Veilleux, disait que nous devions absolument tout étaler au grand jour devant le comité et respecter ensuite les conséquences que cela aurait, mais il n'y a jamais eu de suite à cela. Il est facile de critiquer et de dire que nous faisons de la concurrence déloyale, mais quand il s'agit de le prouver, personne ne l'a jamais fait.

Je crois qu'il y a une sorte de mythe qui entoure le secteur privé quand on dit qu'il peut faire ceci ou cela. Qu'est-ce qui l'empêche de le faire maintenant; or, il ne le fait pas.

M. Solberg: Faire quoi?

M. Manera: Il ne présente pas d'émissions canadiennes aux heures de grande écoute, tout au moins pas de façon mesurable. Si le secteur privé peut faire toutes sortes de choses, pourquoi justement pas ça?

M. Solberg: Il est évident que les ondes sont publiques et le CRTC peut en quelque sorte exiger qu'une certaine quantité d'émissions soient d'origine canadienne. Comme vous le savez, puisque vous avez participé à cette sélection, impossible d'être choisi si l'on n'a pas un niveau plutôt élevé de contenu canadien. Sa répartition est importante. C'est le genre d'argument que vous utilisiez en vous opposant les uns aux autres. C'est ce qu'essaye de faire le secteur privé, voilà pourquoi il y a eu 48 demandes de chaînes spécialisées.

M. Manera: Mais les règles du CRTC sur le contenu canadien établissent un minimum, pas un maximum. Rien n'empêche CTV de présenter des émissions canadiennes sur 100 p. 100 de son horaire.

M. Solberg: Personne n'a jamais dit que le but de CTV était de présenter des émissions canadiennes, son but est de réaliser un profit en présentant la quantité d'émissions canadiennes nécessaires.

M. Manera: En d'autres termes, CTV ne fait pas ce que Radio-Canada doit faire en vertu de son mandat?

[*Text*]

Mr. Solberg: No, but with all the specialty channels we will have a tremendous amount of Canadian programming. There is no doubt about it. There will be more than if the CBC spent 168 hours a week providing all–Canadian programming.

Mr. Manera: But why do they have to wait for specialty channels to do it? They have a licence, they can do it now. Why wait?

Mr. Solberg: Because they are trying to make a profit.

Mr. Manera: But will specialty channels change that?

Mr. Solberg: If they are willing to gamble their own money, what concern is it of yours?

Mr. Manera: Well—

The Chairman: Fascinating discussion.

Madame Tremblay a une petite question.

Mme Tremblay: Oui, monsieur le président. Quand on a appris que Radio–Canada avait obtenu les Jeux olympiques d'Atlanta, on a vu disparaître nos lys d'or.

M. Manera: Nos quoi?

Mme Tremblay: Les lys d'or. . .

M. Manera: Ah, les lys d'or.

Mme Tremblay: . . .que TVA attribuait aux athlètes du Québec. Est–ce que, sans copier l'idée de TVA—parce que je sais que ce n'est pas dans vos habitudes—il y avait quand même là une idée intéressante, surtout pour les athlètes canadiens en général, idée qui permettait de souligner la performance qui était meilleure que ce à quoi on s'attendait dans leur discipline habituelle? Est–ce que vous envisagez quelque chose avec la feuille d'érable?

Parce que ce qui compte, c'est la participation. Bien sûr qu'on peut s'enorgueillir des médailles d'or, et du fait que ça va leur donner plein de fric après. Mais je pense qu'il y a quand même quelque chose dans cette idée–là qui était intéressant, dans la promotion de la performance. Il faut être juste un peu meilleur qu'un autre, faire un peu mieux qu'hier, et cela stimule les sportifs qui tentent de faire un effort de plus et de ne pas se contenter de ce qu'ils ont fait. Est–ce que vous pouvez envisager quelque chose dans ce genre–là?

M. Manera: Je vais me renseigner là–dessus pour voir quels sont les projets. Mais j'avais discuté de tout cela avec TVA à l'époque. On trouvait cela très intéressant et très novateur, mais le seul problème lorsqu'ils ont fait le *packaging* pour faire une offre, c'est que le comité olympique n'était pas intéressé.

Donc, il faut tenir compte du fait que le comité olympique veut de l'argent dans le contrat. Et l'autre élément qui nous intéressait, n'intéressait pas le comité olympique. Donc la question est de savoir comment on doit faire un *package* intéressant.

Mais je vais me renseigner parce que l'idée, je pense, est bonne, et je vous contacterai ensuite pour voir s'il y a des possibilités pour faire quelque chose de semblable.

[*Translation*]

M. Solberg: Non, mais avec toutes les chaînes spécialisées, nous aurons une énorme quantité d'émissions canadiennes, il n'y a pas de doute là–dessus. Il y en aura plus que si Radio–Canada diffusait des émission purement canadienne 168 heures par semaine.

M. Manera: Mais faut–il attendre d'avoir des chaînes spécialisées pour cela? CTV a une licence et peut donc le faire dès maintenant. Pourquoi attendre?

M. Solberg: Parce que son but est de réaliser un profit.

M. Manera: Est–ce que les canaux spécialisés vont changer la situation?

M. Solberg: S'ils sont prêts à mettre en jeu leur propre argent, qu'est–ce que cela peut vous faire?

M. Manera: Eh bien. . .

Le président: Quel débat fascinant.

Mrs. Tremblay has a short question.

Mrs. Tremblay: Yes, Mr. Chairman. When we heard that CBC had been successful in its bid for the Atlanta Olympics, the lys d'or disappeared.

Mr. Manera: The what?

Mrs. Tremblay: The lys d'or. . .

Mr. Manera: Oh, the lys d'or.

Mrs. Tremblay: . . .that TVA gave to Quebec athletes. Without copying TVA's idea—I know you wouldn't do something like this—don't you agree that it was an interesting idea, especially as far as Canadian athletes in general are concerned, since it made it possible to emphasize a performance that was better than what should normally have been expected from a given athlete? Are you planning on doing something along the same lines using the maple leaf?

The main thing is participating. We certainly can be proud thinking of the gold winners and the huge amounts of money they are going to win from then on. I think however that the way this scheme promoted performance was interesting. They only needed to be just a little better than someone else or to do just a little better than the day before; this is an incentive for athletes who try to make some extra effort and are not satisfied with the results they have already obtained. Could you be contemplating something along those lines?

Mr. Manera: I shall try to find out what are our projects in this area. I discussed all this with TVA at the time. We found this very interesting and very innovative but, when they did the packaging before making an offer, the only problem was the lack of interest from the part of the Olympic Committee.

Therefore, we have to take into account that the Olympic Committee wants to see some money in that contract. The other thing that we found interesting was of no interest to the Olympic Committee. The problem is therefore knowing how to make an interesting package.

However, I shall try to get the information because the idea seems to be a good one and I will then get in touch with you to see whether there are any possibilities for something like that to be done.

[*Texte*]

Merci.

Mme Tremblay: Merci.

The Chairman: Perhaps I will ask a couple of questions here and bring things to a close, because I know that we're invited, if not to a better place, at least to a different one to participate in a debate, which you are interested in.

I guess the thing that has first of all struck me about our day, which I have very much enjoyed, as I think we all have, is the distinction between the mandate... I think the mandate is well defined in the Broadcasting Act. The mandate seems to focus on two aspects, content with lots of definition and distribution, so there are access questions. However, it's silent on how best to achieve that. Any methodology that would produce the outcome desired by the Broadcasting Act concerning content and access would seem to be the case.

• 1720

Recalling a previous career in the university, I always tried to remind my colleagues that a university was not essentially an artifact to be administered or cleaned; there was actually a primary purpose called teaching that had to take place. That's where I think you are. The debate on technology is very challenging for that reason. It upsets a lot of the presuppositions on which the organization is built, ranging from the physical broadcasting—the so-called concept of free broadcasting—to the way in which the workplace is organized, as you said.

I'm a dazzled techno-peasant here, so I have to occasionally try to come down to earth. I think I heard Mr. Keeble say that it's technically possible to broadcast to radio from satellite. Is it technically possible to broadcast from satellite to rabbit ears or traditional antennae without using a satellite dish? Is there any reason that can't happen?

Mr. Keeble: It really depends on a lot of different factors. The largest factor is the power of the satellite, and the nature and sensitivity of the receiver. People use dishes purely in order to increase the sensitivity of their receiver.

The Chairman: Right.

Mr. Keeble: If you had a satellite that had enough power, then you wouldn't have to use a dish. On the other hand, you probably couldn't launch that satellite because it would be very large.

The Chairman: You couldn't get it off the ground.

Mr. Keeble: In the case of digital radio, the equation of power on the ground and in orbit is such that you can reach even a small receiver with an antenna about as big as this pen, according to the physics of it. We don't actually have a satellite up there right now that would be exactly like the one we want, but the tests and the physics would indicate that you can do this.

The Chairman: Is there any reason, however, using your logic of digital compression, why the power question—I'm not talking corporately, I'm talking electrically—could not eventually, from a technical point of view, be resolved? How much do you need? That's the question. Is the tendency toward greater and greater compression going to work in the favour of such a theoretical outcome for satellites broadcasting to rabbit ears?

[*Traduction*]

Thank you.

Mrs. Tremblay: Thank you.

Le président: Je vais peut-être poser deux questions ici avant de terminer la séance, parce que nous sommes invités à aller participer à un débat qui vous intéresse et qui a lieu dans un autre endroit, pas nécessairement plus agréable que celui-ci.

Je pense que ce qui m'a frappé avant tout au cours de cette journée—que j'ai beaucoup appréciée, comme nous tous, je crois—c'est la question de la mission... Je pense qu'elle est bien défini dans la Loi sur la radiodiffusion. Elle me semble mettre l'accent sur deux aspects, il y a la définition et la question de la distribution, ce qui pose donc le problème de l'accès. Elle ne dit toutefois rien sur la façon d'y parvenir. Il me semble que n'importe quel méthodologie permettant d'obtenir les résultats que cherche à atteindre la Loi sur la radiodiffusion en ce qui concerne le contenu et l'accès ferait l'affaire.

Lorsque je travaillais dans une université, j'essayais toujours de rappeler à mes collègues qu'une université n'était pas en premier lieu un objet qu'il fallait administrer ou nettoyer, mais que son objectif fondamental était l'enseignement. Je crois que vous êtes dans la même situation. Ce qui rend le débat sur la technologie très intéressant. Il bouleverse nombre des prémisses sur lesquels repose l'organisation, depuis la radiodiffusion elle-même, ce qu'on appelle la principe de la liberté de diffusion, jusqu'à l'organisation des lieux de travail, comme vous l'avez dit.

Je suis éberlué par la technique, et je dois donc essayer de temps en temps de remettre les pieds sur terre. Je crois que M. Keeble a dit qu'il est techniquement possible d'envoyer des ondes radio depuis un satellite. Est-il également techniquement possible d'envoyer depuis un satellite un signal à des oreilles de lapin ou à des antennes traditionnelles sans utiliser une antenne parabolique? Pourquoi cela ne serait-il pas possible?

M. Keeble: Cela dépend en fait de beaucoup de facteurs différents, surtout de la puissance du satellite et de la nature et de la sensibilité du récepteur. On utilise des antennes paraboliques simplement pour augmenter la sensibilité du récepteur.

Le président: D'accord.

M. Keeble: Si le satellite était assez puissant, on n'aurait pas besoin d'utiliser une antenne parabolique. Par contre, on ne pourrait sans doute pas lancer ce satellite parce qu'il serait énorme.

Le président: On n'arriverait pas à le faire décoller.

M. Keeble: Pour la radio numérique, le rapport de puissance entre le sol et l'orbite est tel, que, d'après les lois de la physique, un petit récepteur avec une antenne pas plus grande que ce stylo pourrait capter le signal. Nous n'avons pas encore de satellite dans le ciel qui corresponde exactement à nos besoins, mais d'après les tests et les lois de la physique, cela peut se faire.

Le président: Cependant, si on utilise la compression numérique, pourquoi le problème de la puissance—je ne parle pas de celle de l'entreprise, mais de la puissance électrique—ne pourrait-il pas être réglé du point de vue technique? Que vous faut-il exactement? Voilà le problème. Est-ce qu'on se dirige vers une compression de plus en plus importante qui pourrait avoir des conséquences théoriques positives pour la diffusion à domicile à partir de satellite?

[*Text*]

Mr. Keeble: In this case, we're dealing with a hardware law rather than a software law. Compression has to do with our cleverness with software: how many bits can we take out without people noticing. Power has to do with how much power can we get into as small a weight as possible.

I can see—as a lay person myself in that area—how eventually you might be able to get such a large amount of power into such a confined payload that you could launch it into orbit. However, right now it can't be done.

The Chairman: A third question that arises comes back to that part of the Broadcasting Act that refers to access. You currently achieve that by broadcasting through the traditional methods of pumping it out there with cable and satellite. However, as the technologies of cable, satellites, and telcos start to converge and the language becomes common—that is to say digital—is the corporation agnostic as to on which of those it wants to get its signal out? Or has the traditional behaviour pattern of being pals, for example, with the cable industry—whatever it is that you are—preclude your examination of the Beacon Initiative to ask why one would go with one set of players when one could go with another one?

Mr. Manera: Mr. Chairman, that's a very good question. No, I think that for all we know about the technology, it is also quite clear that we're not precisely capable of determining how it's going to evolve. One has to remain very agile. We are always undertaking studies to determine what kind of mix that currently exists—there's terrestrial, satellite, cable, microwave, and over–the–air transmission—is most appropriate. We make constant adjustments to it.

We are not at the stage yet where we can turn off our transmitters. It is not yet feasible. That may happen at some point in the future, and as a matter of fact we have issued a request for proposals for the private sector, to give us some proposals on our whole distribution network, provided certain criteria are met, and we don't care whether it's a combination of over–the–air, fibre–optic, microwave cable, satellite, you name it, whatever mix works, provided that it is less costly than the way we're doing it now. That's obviously the first criterion.

• 1725

The second criterion is that it does not disenfranchise Canadians who are now getting our signal and who would no longer be getting it. We now have coverage of about 98% or 99% of the Canadian population. That's very important for us.

The third criterion is that we don't become hostage to a single supplier.

Provided those three criteria are met, we're quite open, and there have been preliminary discussions with some potential suppliers of the service. We are far from the stage where we can replace our whole transmission and distribution system, but we are quite open to any mix of technologies, any mix of ideas that will meet those criteria.

[*Translation*]

M. Keeble: Le problème touche plutôt le matériel que le logiciel. La compression pose des problèmes de compétence en matière de logiciel; il faut voir combien de bits on peut supprimer sans que cela se remarque. Pour la puissance, il faut voir comment on peut minimiser le poids tout en ayant une puissance suffisante.

En tant que profane, je pense qu'on finira sans doute par avoir un matériel de petite taille et de grande puissance que l'on pourra envoyer en orbite. Ce n'est toutefois pas possible pour le moment.

Le président: Il y a une troisième question qui se pose. Elle est reliée à la partie de la Loi sur la radiodiffusion qui concerne l'accès. Vous vous en tirez à l'heure actuelle aux moyens des méthodes traditionnelles qui sont le câble et les satellites, toutefois, maintenant que les technologies du câble, des satellites et des télécommunications commencent à converger et qu'un langage commun se dessine—le langage numérique—Radio–Canada a–t–elle choisi un système pour diffuser son signal? Ou est–ce que, comme vous êtes traditionnellement en bon terme par exemple, avec le distributeur—que cela soit vrai ou non—vous n'allez pas tenir compte de ce qu'on appelle la Beacon Initiative pour vous demander pourquoi choisir les uns plutôt que les autres?

M. Manera: Monsieur le président, c'est une très bonne question. Non, je pense que, malgré tout ce que nous savons de la technologie, il est clair que nous ne sommes pas totalement en mesure de déterminer la future évolution des choses. Il faut garder beaucoup de souplesse. Nous entreprenons constamment des études pour voir quelle est la meilleure répartition à faire à l'heure actuelle, entre les services terrestres, par satellite, par câble, par micro–ondes, ou par ondes hertziennes. Nous ajustons constamment notre tir.

Le moment n'est pas encore venu pour nous d'éteindre nos émetteurs. Ce n'est pas encore possible. Cela se fera peut être un jour ou l'autre, et, en fait, nous venons de demander au secteur privé de nous faire des propositions au sujet d'un réseau entier de distribution respectant certains critères; peu nous importe que l'on combine les ondes hertziennes, les fibres optiques, les micro–ondes, le câble, le satellite, peu importe la composition du réseau, pourvu qu'il revienne moins cher que ce que nous faisons à l'heure actuelle. Voilà de toute évidence le premier critère.

Le deuxième est de ne pas priver du signal les habitants du Canada qui le reçoive à l'heure actuelle. Nous couvrons maintenant environ 98 ou 99 p. cent de la population canadienne. C'est très important pour nous.

Le troisième critère est de ne pas être livré en otage à un seul fournisseur.

Si ces trois critères sont réunis, nous sommes prêts à écouter n'importe quel proposition et nous avons déjà eu des discussions préliminaires avec certains fournisseurs potentiels de ce service. Nous sommes encore loin du moment où l'on pourra remplacer tout notre système de transmission et de distribution, mais nous sommes prêts à accepter n'importe quel combinaison de technologie ou d'idées répondant à ces critères.

[*Texte*]

The Chairman: This is my final question, and I sort of ask it with regret, with Jan Brown *in absentia*, but this may be the one to send you off with a song in your heart into the summer and waiting for the fall. Is "privatization" a dirty word? Let me define what I mean by the question.

There's a sort of irreducible minimum, again defined by the Broadcasting Act, which has to do with content and access, but already in the drama field you are contracting out, for instance. In the realm of public affairs you're contracting out, and you might well contract out—why not?—all sorts of things that don't directly pertain to your mandate. You might contract out the human resource department; you might contract out the communications department. I'm trying to think of all the people who were here earlier who I could possibly hit. You might contract out engineering. There are a whole bunch of things you could contract out. Theoretically, is any of that impossible, and practically what is the irreducible minimum? What is the kind of control, the software, the content part that you would have to say, look, sorry, the news is the news; we can't contract out the news? Have I just thrown the bomb of all bombs at you here?

Mr. Manera: Obviously the content is the one area that we are ultimately responsible for, and even in cases where we contract it out in the sense of having independent producers, we still have a lot of input into product and don't abandon our responsibilities.

The fact is we are involved in all those things. Even in connection with the specialty services, they were in collaboration with the private sector, with Baton Broadcasting, our venture to the U.S. with Power, and so on and so forth. We have all kinds of alliances and all kinds of situations where we contract out. There's no philosophical hang–up about it. I think it all boils down to does it work, is there a business case that can be made that meets various criteria.

I should say that the other side of the coin is that one should not automatically accept that by contracting it out, or doing it in the private sector, it can be done more efficiently. We have all kinds of examples where we used to do things in the private sector by contracting them out, and we've brought them in–house because we can do it cheaper. There are examples on both sides of that particular issue. One should not be dogmatic about it and automatically start with the premise that contracting out is bad, you should never do it, or that contracting out is the only way you can do it. I think one has to be much more pragmatic than that, and that's our current position.

The Chairman: I think that's a very useful one to end on. It's a position we shall be re–examining with you in greater detail in the fall.

On behalf of all of my colleagues I want to thank you for a day well spent. It was a long day. I thank you for your patience with our questions, and I thank my colleagues for their patience too, because some of this is challenging stuff. We look forward

[*Traduction*]

Le président: Je n'ai plus qu'une question que je pose avec regret, puisque Jan Brown n'est pas là, mais elle vous permettra peut être d'aborder l'été dans la bonne humeur et d'attendre l'automne. Est–ce que le mot «privatisation» est un mot grossier? Laissez–moi définir ce que j'entends par là.

La Loi sur la radiodiffusion établit un minimum incompressible en ce qui concerne le contenu et l'accès; or, vous faites déjà de la sous–traitance, pour des émissions dramatiques. Vous le faites également pour les affaires publiques et il pourrait en aller de même pour toute sorte de choses qui ne sont pas directement reliées à votre mission. Vous pourriez faire de la sous–traitance avec votre département des ressources humaines ou avec celui des communications. J'essais de penser à tous les gens qui étaient ici tout à l'heure et à qui je pourrais m'en prendre. Vous pourriez sous–traiter les activités techniques. Vous pourriez le faire pour toute sortes de chose. Est–ce qu'en théorie cela est en partie impossible et quelle est en pratique le minimum incompressible? À partir de quel niveau en ce qui concerne le contrôle, le logiciel, le contenu, devriez–vous dire qu'il faut s'arrêter, que les nouvelles sont les Nouvelles et qu'on ne peut pas les sous–traiter? Est–ce que cette question vous fait l'effet d'une bombe?

M. Manera: Il est clair que, ce dont nous sommes responsables en fin de compte, c'est le contenu et, même lorsque nous le sous–traitons dans le sens où nous avons des producteurs indépendants, nous participons encore activement à la réalisation de l'émission et nous ne négligeons pas nos responsabilités.

Le fait est que nous sommes impliqués dans toute ces choses. Même pour les services spécialisés, nous avons collaboré avec le secteur privé, avec Baton Broadcasting, avec Power pour les États–Unis, etc. Nous avons toute sorte d'alliances et nous sous–traitons dans toutes sortes de cas. Nous n'avons aucun a priori contre cela. Ce qui compte en fait, c'est de savoir si cela donne de bons résulats et si on peut avoir une solution économiquement satisfaisante qui remplisse les autres critères.

D'un autre côté, il ne faut pas croire que, en faisant de la sous–traitance ou en confiant quelque chose au secteur privé, on réalisera automatiquement des économies. Nous avons toute sorte d'exemples de choses que nous faisions faire en sous–traitance dans le secteur privé, et elles nous reviennent moins chères maintenant que nous les faisons à l'interne. Il y a des exemples qui vont dans les deux sens. Il ne faut pas être dogmatique et partir du principe qu'il ne faut jamais sous–traiter, que c'est mauvais, ou que, c'est au contraire la seule solution. Je pense qu'il faut être beaucoup plus pragmatique, et c'est notre attitude actuelle.

Le président: Je pense que c'est une très bonne façon de terminer la discussion. Nous reviendrons de façon plus détaillée sur cette position à l'automne.

Au nom de tout mes collègues, je vous présente mes remerciements pour une journée bien remplie. Elle a été longue. Je vous remercie pour la patience dont vous avez fait preuve face à nos questions et je remercie également mes

[*Text*]

over the course of the summer to working informally with you so that we will start from a good information base in the fall, so that we collectively have a very productive and I hope happy outcome to our endeavour here, which is to be as efficient and effective as possible with the CBC.

Thank you for coming, Mr. Manera.

• 1730

Mr. Manera: Thank you very much to you, Mr. Chairman, and to your committee members for taking a full day to meet with us. We appreciate it.

The Chairman: The meeting is adjourned.

[*Translation*]

collègues pour leur patience parce que ce n'était pas toujours facile. Nous espérons pouvoir collaborer de façon informelle avec vous pendant l'été afin de disposer d'une bonne base d'information à l'automne; nous pourrons ainsi tous ensemble nous acquitter de façon productive et satisfaisante de notre tâche pour obtenir le meilleur rendement possible pour Radio–Canada.

Je vous remercie d'être venu monsieur Manera.

M. Manera: C'est moi qui vous remercie, monsieur le président ainsi que les membres du comité pour avoir consacré une journée entière à votre rencontre avec nous. Nous vous en sommes reconnaissants.

Le président: La séance est levée.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid / Port payé
Lettermail / Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the Canadian Broadcasting Corporation:

Anthony S. Manera, President, Chief Executive Officer;

Sheridan Scott, Vice–President, Planning and Regulatory Affairs;

Paul Mills, Head, Toronto Radio Production Centre;

David Keeble, Senior Planning Officer, Planning and Corporate Affairs;

Denis Doucet, General Manager, Administration and Operations, Radio;

Bruce McKay, Director, Planning and Policy, English Television.

TÉMOINS

De la Société Radio–Canada:

Anthony S. Manera, président directeur–général;

Sheridan Scott, vice–présidente, planification et réglementation;

Paul Mills, chef, Centre de production de la radio à Toronto;

David Keeble, premier agent de planification, Planification et développement institutionnel;

Denis Doucet, directeur général de l'administration et de l'exploitation radio;

Bruce McKay, directeur, Planification et politique, télévision anglaise.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 25

Wednesday, June 22, 1994

Chairperson: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 25

Le mercredi 22 juin 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of culture and the information highway

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la culture et l'autoroute de l'information

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

LIBRARY
University of Toronto

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chairperson: John Godfrey

Vice–Chairs: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown
Jan Brown
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Associate Members

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidentes: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown
Jan Brown
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Membres associés

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

WEDNESDAY, JUNE 22, 1994
(30)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 3:35 o'clock p.m. this day, in Room 209, West Block, the Chair, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Bonnie Brown, Roger Gallaway, John Godfrey, Monte Solberg, Suzanne Tremblay.

Acting Member present: Réal Ménard for Louis Plamondon.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: From the Department of Canadian Heritage: Paul Racine, Assistant Deputy Minister, Cultural Development and Heritage. *From the Department of Industry:* Michael Binder, Assistant Deputy Minister, Spectrum, Informations Technologies and Telecommunications.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), and its Order of Wednesday, April 27, 1994, the Committee resumed its study of culture and the information highway. (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated May 24, 1994, Issue No. 14*).

The witness from the Department of Canadian Heritage made a statement, and answered questions.

The witness from the Department of Industry made a statement, and answered questions.

At 5:19 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE MERCREDI 22 JUIN 1994
(30)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 15 h 35, dans la salle 209 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Bonnie Brown, Roger Gallaway, John Godfrey, Monte Solberg, Suzanne Tremblay.

Membre suppléant présent: Réal Ménard remplace Louis Plamondon.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: Du ministère du Patrimoine canadien: Paul Racine, sous–ministre adjoint, Développement culturel et patrimoine. *Du ministère de l'Industrie:* Michael Binder, sous–ministre adjoint, Spectre, Technologie de l'information et télécommunications.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) du Règlement et son ordre de renvoi du mercredi 27 avril 1994, le Comité reprend l'étude de la culture et de l'autoroute de l'information (*voir les Procès–verbaux et témoignages du 24 mai 1994, fascicule nº 14*).

Le témoin du ministère du Patrimoine canadien fait un exposé et répond aux questions.

Le témoin du ministère de l'Industrie fait un exposé et répond aux questions.

À 17 h 19, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Wednesday, June 22, 1994

• 1535

The Chairman: Ladies and gentlemen, we're in a funny situation because we are under the threat of constant votes, as I understand it.

On va nous téléphoner ou. . .

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Mais nous n'aurons pas le temps de nous y rendre.

Le président: On va nous le dire s'il y a quelque chose.

The order of speaking is Mr. Racine and then Mr. Binder, but if the committee agrees I suggest we hear opening comments from both so we have those under our belt, and then we can start asking questions immediately. If everyone agrees, I propose we start with rounds of five minutes each so we can move faster because we're under this threat.

Welcome to our final meeting of the committee before the summer recess, which will happen God knows when.

Mme Tremblay: Monsieur le président, M^me^ Brown m'a demandé de l'excuser auprès du Comité. Comme elle doit faire un discours à la Chambre, elle n'a pas pu venir ici.

Le président: Nous excusons M^me^ Brown pour son absence. Merci de nous avoir transmis le message.

As you know, we're in a funny pre–study transitional period here. We have been looking at the question of culture and the information highway and we're moving in the fall to a related topic for which this is the background, and that is the study of the CBC, its role and possible sources of funding.

We're delighted that you represent two departments with a very direct interest in this. If you wouldn't mind speaking one after the other, we can then get into the questioning, and you'll excuse us if we have to rush off to a higher place.

Monsieur Racine.

M. Paul Racine (sous–ministre adjoint, Développement culturel et patrimoine, ministère du Patrimoine canadien): Merci beaucoup, monsieur le président.

Mon collègue, M. Binder, et moi–même sommes très heureux d'être ici aujourd'hui pour parler d'un sujet d'une grande importance. Je vais lire un texte. J'aimerais mieux improviser, mais nous sommes des fonctionnaires et nous ne sommes pas qualifiés pour prendre des décisions politiques à la place de nos ministres. Je ne voudrais pas que le ministre me dise demain: Racine, tu m'as mis dans de mauvais draps. Je veux être certain que ce que je dis est bien noté pour la postérité.

À la base, je voudrais parler aujourd'hui de l'autoroute de l'information électronique et de ce qui constitue pour nous, au ministère du Patrimoine canadien, le coeur du problème de l'autoroute électronique, c'est–à–dire les trois «C»: contenu culturel canadien,

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mercredi 22 juin 1994

Le président: Mesdames et messieurs, nous nous trouvons dans une drôle de situation puisqu'on me dit que nous sommes menacés de votes à répétition.

We will be called or. . .

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): But we will not have time to get over there.

The Chairman: We will be told if there is to be a vote.

Il avait été prévu qu'on entendrait d'abord M. Racine puis M. Binder mais si cela convient au Comité je proposerais que nous entendions leurs deux exposés liminaires d'abord afin de pouvoir nous mettre tout de suite à leur poser des questions. Si cela convient à tous les membres du Comité, je propose que nous fassions d'abord une ronde de cinq minutes chacun afin d'accélérer les choses vu la menace qui pèse sur nous.

Bienvenue à la dernière réunion du Comité avant l'ajournement d'été qui sera annoncé Dieu sait quand.

Mrs. Tremblay: Mr. Chairman, Mrs. Brown has asked me to give the Committee her regrets. She is unable to attend this meeting because of a speech she has to make in the House.

The Chairman: Mrs. Brown's will be excused. Thank you for relaying the message.

Comme vous le savez, nous sommes dans une drôle de période de transition puisque nous faisons l'examen préalable de la culture et de l'autoroute de l'information avant d'entreprendre à l'automne l'examen d'un sujet connexe qui se surimposera sur cette toile de fond, à savoir l'examen de la SRC, de son mandat et de ses sources de financement.

Nous sommes ravis d'avoir avec nous les fonctionnaires de deux ministères qui s'intéressent directement à ce dossier. Si vous voulez bien faire tour à tour votre exposé, nous passerons ensuite aux questions et nous vous prions de nous excuser si nous devons vous quitter hâtivement pour nous rendre à la Chambre.

Mr. Racine.

Mr. Paul Racine (Assistant Deputy Minister, Cultural Development and Heritage, Department of Canadian Heritage): Thank you, Mr. Chairman.

My colleague, Mr. Binder and myself are very pleased to be here today to speak about a very important subject. I will read a text. I would prefer to speak off the cuff but as departmental officials we are not qualified to make political decisions that are best left to our respective ministers. I would not want my minister to tell me tomorrow: "Mr. Racine, you sure have put me in a fine pickle." I want to be sure that what I say is faithfully reflected in the record.

I would first of all like to speak about the information highway and about what is really the heart of the matter for us in the Department of Canadian Heritage, namely the three "Cs": Canadian Cultural Content,

[*Texte*]

Canadian cultural content. The relevance of the information highway to Canadians and its very success depends directly on the content. What is put on the highway in terms of software, products and services will make or break it. That content may either serve the Canadian sovereignty and cultural identity goals of this country or, if it's badly handled, destroy them.

The development of cultural products and access by Canadians to those products have been the policies of successive Canadian governments of any party for many decades now, at least three generations.

The requirements to fund Canadian programming, the Canadian content quotas, and conditions of licence for broadcasters have ensured the development and availability of world–class Canadian products. I won't name all of them, but there are many. Some of these people went out and conquered the international markets.

Whenever the Canadian government has had a policy and has intervened we have had a presence, and whenever a sector has been neglected it's been a catastrophe. So in many areas where we are present—film, sound recording, broadcasting—the Canadians are strong and thriving and their presence is felt. In some areas where there has been more neglect, their situation is not so good. I can think of film distribution, for instance.

[*Traduction*]

le contenu culturel canadien. La pertinence de l'autoroute de l'information pour les Canadiens et son succès éventuel sont directement fonction de son contenu. De fait, le succès de l'autoroute de l'information dépendra des logiciels, des produits et des services qui y seront acheminés. Ce contenu peut soit servir les objectifs de souveraineté canadienne et d'identité culturelle du Canada, soit les rendre impossible à réaliser si ce contenu est mal conçu.

Depuis des décennies, depuis au moins trois générations, les gouvernements canadiens successifs ont adopté des lignes de conduite qui accordaient la priorité à la création de produits culturels et à l'accès des Canadiens à ces produits.

L'obligation de financer des émissions canadiennes, les critères relatifs au contenu canadien et les conditions d'octroi de licences aux radio–télédiffuseurs ont garanti la création et l'accessibilité de produits canadiens de calibre mondial. Je ne vais pas les énumérer tous, il y en a trop. Certaines de ces entreprises ont conquis des marchés internationaux.

Chaque fois que le gouvernement canadien a adopté une politique et qu'il est intervenu, notre présence a été assurée et chaque fois qu'un secteur a été négligé, ça a été une catastrophe. Dans de si nombreux secteurs où nous sommes présents—cinéma, enregistrement, radio diffusion—les Canadiens sont forts et prospères et leur présence se fait sentir. Dans certains secteurs qui ont été plus négligés, la situation est moins reluisante: je pense par exemple à la distribution des films.

• 1540

The content provision has produced both direct and indirect economic benefit for Canada. The cultural sector is the ninth most important industrial sector in Canada. It generates $22 billion a year in direct and indirect revenues, and approximately 600,000 Canadians earn their living directly or indirectly in cultural activities.

The CBC spends over $250 million a year on the development and production of new material. Of course this represents, as you may realize, something even bigger than the Canada Council. The simultaneous substitution rules for cable companies generate about $100 million annually for Canadian industry.

The Canadian–content provisions have created Canadian industries in publishing, film, sound recording, and magazines. We have a Canadian television and broadcasting industry because the Broadcasting Act exists and because the CRTC implements that policy through its regulatory function. Without the CRTC and without that policy, what we would have in Canada would be called CTV North, Télé–Métropole Québec and so on.

The broadcasting policy objectives are identified in the Broadcasting Act, an act that was totally revised in 1991 and made technologically neutral in anticipation of the information highway. The objectives include Canadian ownership and control of our broadcasting system. The two most important Canadian–owned and –controlled industries in Canada are telecommunication and broadcasting, and it did not happen by accident.

Les dispositions sur le contenu canadien ont rapporté des avantages économiques directs et indirects au Canada. Le secteur culturel est le neuvième en importance au Canada. Il produit 22 milliards de dollars par an de recettes directes et indirectes et permet à environ 600 000 Canadiens de gagner leur vie directement ou indirectement dans le secteur culturel.

La SRC consacre plus de 250 millions de dollars par an au développement et à la production de matériel nouveau. Vous comprendrez que cela dépasse même les résultats du Conseil des arts du Canada. Les règles sur la substitution de signaux identiques auxquelles doivent se conformer les câblo–distributeurs rapportent annuellement environ 100 millions de dollars à l'industrie canadienne.

Les dispositions sur le contenu canadien ont permis la création d'entreprises d'édition, de cinématographie, d'enregistrement sonore et de revues au Canada. Nous avons une industrie canadienne de radio–télédistribution grâce à la Loi sur la radiodiffusion et au contrôle qu'exerce le CRTC sur sa mise en oeuvre. Sans le CRTC et sans cette politique, nous n'aurions au Canada que CTV Nord, Télé–Métropole Québec, etc.

Les objectifs de la politique de radiodiffusion sont énoncés dans la Loi sur la radiodiffusion, laquelle a subi une refonte en 1991 et est libellée de façon à ne pas préjuger des changements technologiques qui s'annonçaient et notamment ceux concernant l'autoroute de l'information. Ces objectifs comprennent la propriété et le contrôle canadien de notre système de radio–télédiffusion. Les deux plus importantes industries appartenant à des Canadiens et contrôlées par eux sont celles des télécommunications et de la radio–télédiffusion, et ce n'est pas fortuit.

[*Text*]

Another objective of the Broadcasting Act is provision through its programming of a public service essential to national identity and cultural sovereignty—the CBC—encouraging the development of Canadian expression; contributing to the creation and presentation of Canadian programming, including educational programming; and provisions for the CBC as the national public broadcaster.

Canadian programs are there for Canadians to watch because the content rules require it. In 1992–93 the CBC French–language television network maintained a level of 83% Canadian content during the day and 88% during peak hours, defined as 7 p.m. to 11 p.m.

J'ajouterais que de façon régulière depuis 20 ans, au Québec, sur le réseau français, les 18 ou 19 émissions les plus populaires sur 20 sont des émissions produites au Canada.

For the CBC English network the figures were a little bit lower: 68% Canadian content during the day and 88% during peak hours.

On January 1, 1995 the linkage rules will require that cable companies carry one Canadian service for every U.S. service carried, up from the one Canadian for two U.S. services that we have now.

So Canada has strong cultural industries where there has been some intervention and some care and cultural sovereignty and cultural identify because rules have been there to nurture them, not by miracle and not by accident. Broadcasting policy is the base.

It is through the Broadcasting Act that in the future we shall be able to maintain control of content and Canadian ownership, and this brings me to the subject of possible rules for the information highway.

The question with respect to the information highway is whether the existing rules will continue to protect and reinforce our cultural goals. The technologies are changing, and these new technologies can override our traditional support rules.

I can give you an example. Of course, many new programming services will be available to consumers on an individual basis directly from the originator. The originator may be a cable company, a telephone company, a public utility, a railroad—they all have the necessary right–of–way to lay the cable that can carry new services if they're ready to make the investment. While our rules may not permit this, technologies certainly do.

[*Translation*]

Parmi les autres objectifs de la Loi sur la radiodiffusion, notons que la SRC offre, par sa programmation, un service public essentiel pour le maintien et la valorisation de l'identité nationale et de la souveraineté culturelle; favorise l'épanouissement de l'expression canadienne, contribue à la création et à la présentation d'une programmation canadienne, y compris d'émissions éducatives; et que la SRC a le titre de radiodiffuseur public national.

Les Canadiens peuvent regarder des émissions canadiennes parce que les règles sur le contenu canadien l'exigent. En 1992–1993, le réseau de télévision de la Société Radio–Canada a maintenu le jour un niveau de contenu canadien de 83 p. 100 et de 88 p. 100 pendant les heures de grande écoute, c'est–à–dire de 19 à 23 heures.

I would add that in the Province of Quebec, for the last twenty years, 18 or 19 of the 20 most popular shows on the French language network were shows produced in Canada.

En ce qui concerne le réseau anglais de CBC, les proportions étaient un peu plus faibles: 68 p. 100 de contenu canadien le jour et 88 p. 100 pendant les heures de grande écoute.

Le 1er janvier 1995, les règles relatives à la corrélation obligeront les câblo–distributeurs à offrir un service canadien pour chaque service américain transmis, comparativement à un service canadien pour deux américains comme c'est le cas actuellement.

Ainsi, les industries culturelles canadiennes qui sont dynamiques sont celles qui ont bénéficié d'une certaine protection au titre de la souveraineté et de l'identité culturelle; cela ne tient ni du miracle ni du hasard. Cela tient à la politique de radiodiffusion.

C'est grâce à la Loi sur la radiodiffusion que nous pourrons, à l'avenir, maintenir notre contrôle sur le contenu et la propriété canadienne et cela m'amène à la question de règles éventuelles applicables à l'autoroute de l'information.

En ce qui concerne l'autoroute de l'information, il s'agit de savoir si les règles existantes continueront de protéger et de renforcer nos objectifs culturels. Les technologies évoluent rapidement et elles pourraient court–circuiter nos mécanismes traditionnels de soutien.

Permettez–moi de vous donner un exemple. Bien entendu, les consommateurs pourront capter directement les signaux originaux et avoir ainsi accès à de nombreux nouveaux services. Les services pourront être offerts par un câblodistributeur, une entreprise de téléphone, une entreprise d'utilité publique, une compagnie de chemins de fer—tous ont l'emprise voulue pour poser les câbles qui transmettront les nouveaux services, s'ils sont prêts à investir les sommes nécessaires. Si nos règles ne le permettent pas, la technologie elle, le permet.

• 1545

As services' content become the economic driver for the information highway, technological change can erode the supports we have for Canadian industry and content development, distribution, and access. These databases will allow for selection of service or program by the individual customer.

The key issue from the perspective of Canadian culture and content then becomes how to regulate these services, if it's possible. This issue of how we treat cultural content services becomes even more focused in the context of our international

Alors que le contenu des services deviendra le moteur économique de l'autoroute de l'information, les changements technologiques pourront affaiblir les soutiens que nous avons mis en place au profit de l'industrie canadienne en matière d'élaboration de distribution et d'accès au contenu. Les bases de données permettront à chaque consommateur de choisir les services ou les émissions de son choix.

S'agissant de la culture et du contenu canadien, la question clé est donc de savoir comment nous pourrons réglementer ces services, si toutefois c'est possible. Cette question du traitement réservé aux services à contenu culturel devient encore plus

[*Texte*]

trade agreements. The GATT, FTA, and NAFTA guarantee Canadian ownership of infrastructure. These policies were grandfathered when we negotiated those deals. And they have cultural exemptions, if we need them. However, value–added services, the services on the information highway, even those with cultural content, are subject to full competition with U.S. service providers or any other service providers from anywhere in the world.

If we treat consumer–selected video and audio programming as simple value–added services and do not regulate them under the Broadcasting Act, or do not manage in some way to make sure the objectives of the Broadcasting Act are respected, then they will not be subject to any cultural regulation, or regulation will be so limited and hard to enforce that it will be meaningless.

So the only way, it seems to us, Canadians can keep control, can ensure the development, distribution, and access of Canadian cultural products in this environment, is to subject all new consumer–selected video and audio services to regulation under the requirement of the Broadcasting Act or under the regulation of something that will be very similar to the Broadcasting Act. This would ensure Canadian control of new cultural services content and enforce minimum levels of Canadian content.

My minister, Mr. Dupuy, stated two days ago in his speech to the Canadian Conference of the Arts in Victoria what follows, and I would like to read it. He said:

> But beyond the technological questions we are faced with a clear challenge: we must make the fundamental decisions that will regulate the content of what is available on this highway, because of the tremendous impact it will have on our culture. As well, we must ensure that the objectives set out in the Broadcasting Act are respected in any regulation that result.

So Canada is a model throughout the world for our reinforcement of Canadian cultural identity, and the measures, sometimes innovative measures—Americans think they are too protectionist, but basically we have invented many of these mechanisms and we must keep up and get ahead of technological change. We must understand our cultural goals and continue to provide the necessary measures to support them. This is basically what we see as the fundamental issue in the information highway.

Je voudrais terminer en disant que l'autoroute électronique va servir à beaucoup de choses. Chacun a sa conception de l'autoroute électronique. Certains la voient passer par les poteaux de téléphone; d'autres la voient passer par le câble; d'autres la voient passer par les satellites. En fait, elle va passer un peu partout éventuellement et elle va offrir toutes sortes de services.

[*Traduction*]

épineuse dans le contexte de nos accords commerciaux internationaux. Le GATT, l'ALÉ, l'ALÉNA garantissent la propriété canadienne de l'infrastructure. Ces politiques ont été protégées au moment de la négociation de ces accords. Il y a aussi des exemptions culturelles dont nous pourrons nous prévaloir au besoin. Cependant, les services à valeur ajoutée, ceux qui seront transmis sur l'autoroute d'électronique, même ceux à contenu culturel, sont totalement livrés à la concurrence des fournisseurs de services des États–Unis ou de n'importe quel autre pays.

Si nous considérons les émissions vidéo et audio choisis par le consommateur comme de simples services à valeur ajoutée sans les réglementer en vertu de la Loi sur la radiodiffusion, ou si nous ne réussissons pas d'une façon ou d'une autre à garantir le respect des objectifs de la Loi sur la radiodiffusion, alors ces services ne feront pas l'objet d'une réglementation d'ordre culturel ou encore, la réglementation sera tellement limitée et difficile à faire appliquer que ce sera peine perdue.

Il nous semble donc que les Canadiens ne pourront conserver le contrôle sur l'élaboration, la distribution et l'accès aux produits culturels canadiens dans un tel univers que si tous les nouveaux services vidéo et audio choisis par les consommateurs sont assujettis à la réglementation en vertu de la Loi sur la radiodiffusion ou en vertu d'une autre mesure législative très semblable. Cela garantirait aux Canadiens le contrôle du contenu des nouveaux services culturels et permettrait d'assurer des niveaux minimums de contenu canadien.

Permettez–moi de vous lire ce que disait mon ministre, monsieur Dupuy, il y a deux jours à la Conférence canadienne des arts, à Victoria:

> Nous devons relever un défi qui va au–delà des simples questions d'ordre technologique. Nous devons prendre des décisions fondamentales touchant à la réglementation du contenu des services offerts sur cette autoroute en raison des conséquences très lourdes que cela pourrait avoir sur notre culture. Par ailleurs, nous devons veiller à ce que les objectifs énoncés dans la Loi sur la radiodiffusion soient respectés dans toute la réglementation que nous pourrons élaborer.

Les mesures que nous avons prises pour renforcer l'identité culturelle canadienne ont valeur de modèle dans le monde entier et ces mesures, parfois novatrices—les Américains les jugent trop protectionnistes, mais nous avons essentiellement inventé bon nombre de ces mécanismes et nous ne devons pas laisser prendre de vitesse par l'évolution technologique. Nous devons bien comprendre nos objectifs culturels et continuer de prendre toutes les mesures nécessaires pour les renforcer. C'est là pour nous l'enjeu fondamental de l'autoroute de l'information.

In closing, I would like to say that the electronic highway will serve many purposes. There is not a single view of what shape the electronic highway will take. Some would see it going through telephone lines; others through cable and yet others through satellites. Indeed, there will be many versions of this information highway and a wide range of services will be offered.

[*Text*]

Je pense que personne de ce Comité ne se préoccupe beaucoup des services de livraison de pizza qui pourront éventuellement être sur l'autoroute électronique ou des services bancaires, sauf peut–être sous l'aspect de la protection du consommateur, et il y a des lois pour cela, et sauf sous l'aspect de la protection de la vie privée, et il y a aussi des lois pour cela. Ici, on se préoccupe de l'aspect culturel.

Ce que j'ai essayé de décrire, c'est un système qui comporte des mécanismes qui permettent d'assurer le contrôle culturel de l'autoroute électronique. Ces mécanismes sont passés jusqu'à maintenant par la Loi sur la radiodiffusion. Nous postulons, et il faudra en débattre, que ce sont probablement des mécanismes comme ceux–là, ou très semblables, qui vont assurer à l'avenir un contrôle canadien sur les services à contenu culturel. Sans cela, nous nous exposons non seulement à ne pas avoir de contrôle sur le contenu culturel, mais aussi à perdre le contrôle de la propriété.

[*Translation*]

I don't think that any member of this committee is much concerned about the fact that worries over much pizza delivery services might one day be offered on the electronic highway, or even banking services, except maybe with respect to the need for consumer protection, and there is legislation covering that, or with respect to the protection of privacy, and there is also legislation covering that. What concerns us here is the cultural aspect.

What I have attempted to do is to describe a system equipped with control mechanisms of the cultural component of the electronic highway. Until now, such mechanisms have been provided for in the broadcasting act. We believe, and this is a subject for debate, that such mechanisms or other very similar ones will probably be used in the future to ensure Canadian control over services with a cultural content. Without such mechanisms, we risk not only loosing all control over cultural content but also over ownership.

• 1550

C'était mes remarques préliminaires, monsieur le président.

Le président: Merci bien pour ce commentaire. Nous passons tout de suite à M. Binder. Je suis certain que vous avez votre propre présentation à faire, monsieur Binder. Allez–y.

M. Michael Binder (sous–ministre adjoint, Spectre, Technologie de l'information et Télécommunications, ministère de l'Industrie): Merci beaucoup, monsieur le président. Cela me fait plaisir d'être ici aujourd'hui pour parler de l'autoroute électronique.

I'm the one who gets worried about pizza delivery. Therefore, I would take you very quickly through a deck that we have prepared, which outlines the government framework and its approach to developing a strategic framework for the information highway.

I've circulated quite a few documents *en anglais et en français*. First there is a discussion paper that you already have a copy of, again *en anglais et en français*. We have the deck itself, a press release that went out after the meeting of the advisory council, and the announcement of the membership for the advisory council. With your permission, Mr. Chairman, I'd like to go very quickly through the deck to put this whole initiative in context.

The first slide—it's always good to start with the environment we're talking about. We all are aware of the rapid technological developments occurring everywhere in the world. I'd like to remind you all that 10 years ago there was no cellular industry in this country, none. Many of us thought about a fax as somewhere you go to send stuff, not a fax at home, not computers at home, and definitely not a cellular in our cars. Technology is changing the way we do business, the way we approach our life.

We also see converging of industries, the various boundaries between broadcasting and telecommunications, between publishing and computing databases. The fastest growing business now is multimedia video games. I heard that video

Those were my opening comments, Mr. Chairman.

The Chairman: Thank you. We now go to Mr. Binder. I'm sure that you have your own statement for us, Mr. Binder. Go ahead.

Mr. Michael Binder (Assistant Deputy Minister, Spectrum, Information Technologies and Telecommunications Sector, Industry Canada): Thank you, Mr. Chairman. I'm pleased to be here today to speak to you about the electronic highway.

Je suis de ceux qui s'inquiètent de la livraison de pizza. Je vais donc vous présenter très rapidement la liasse d'informations que nous vous avons préparée, qui décrit la politique–cadre du gouvernement et la façon dont il a élaboré un cadre stratégique pour l'autoroute de l'information.

J'ai fait distribuer quelques documents en anglais et en français. Il y a d'abord un document d'information que vous avez déjà reçu dans les deux langues lui aussi. Il y a la liasse elle–même, un communiqué publié après la réunion du Conseil consultatif et l'annonce de la composition de ce Conseil consultatif. Avec votre permission, monsieur le président, j'aimerais commenter très rapidement cette liasse pour replacer toute cette initiative dans son contexte.

La première diapositive—c'est toujours une bonne idée de commencer par le contexte général. Nous sommes tous conscients de la rapidité avec laquelle les progrès technologiques se produisent dans le monde entier. J'aimerais vous rappeler qu'il y a 10 ans il n'y avait au Canada aucune téléphonie cellulaire. Nous étions nombreux à croire qu'un télécopieur était un appareil qui servait à expédier des textes, sans imaginer un télécopieur ou des ordinateurs à la maison, et surtout pas un téléphone cellulaire dans nos voitures. La technologie modifie la façon dont nous faisons des affaires et la façon dont nous organisons notre vie.

Nous assistons aussi à la convergence des industries, à la disparition des frontières entre la radiotélédiffusion et les télécommunications, entre l'édition et les banques de données informatiques. À l'heure actuelle, le secteur qui croît le plus

[*Texte*]

games now surpass the film industries in revenues, a scary thing. We also talk about globalization and we keep talking about markets opening up for Canadian industries. It's a two–way street. If you want to export products abroad, it means that your own markets should be open for products from abroad.

Last, we all hear about this transition to an information–based economy, and we already see that most of the job creations are based on creation, movement and use of information. It's also a good idea to keep track of our competitors. If you look at what's happening in the United States, they are spending a lot of time and a lot of effort at the highest echelon of government talking about the NII, the national information infrastructure, or the GII, the global information infrastructure. The Europeans are throwing some serious money into trying to modernize their networks, and the Japanese are putting in a lot of dollars believing that the whole country will eventually be wired with fibre services to their homes.

The challenge for us in this country is how to continue to create jobs, how to continue to attract investments. How will it impact our Canadian identity and cultural sovereignty? Last, how do we transfer ourselves, the way we do business, the way we interact with each other in this new environment?

• 1555

As a government we have established the information highway as a high priority. The $6 billion infrastructure program allowed the information highway to be an eligible expenditure. In the Speech from the Throne and the budget the government committed itself to develop a strategy for dealing with the information highway.

One other thing I'd like to remind everybody is that this country has strength in telecommunications. I'd like to remind everybody that the telephone was invented by a Canadian. We keep forgetting about that. The Americans hate it when I say that.

I also want to remind everybody that we have the highest penetration of cable, telephone and cellular almost in the world, an amazing achievement for a small country with a vast geography. Therefore, we believe we have the infrastructure that allows us to move forward in a very aggressive way, to modernize our network and be ready to take leadership in this information highway.

We set up a vision for this country that was articulated by Dr. Gerrard in his presentation to the ITAC conference in Toronto. Our goal is to be the best in the world. We want to build the highest–quality and lowest–cost information network in the world. It sounds ambitious, but we believe we can do that.

To get sort of a broad framework for industry to understand what it is we're trying to achieve with this information highway initiative, we set up three objectives and four principles. Going through them very, very quickly, the first objective is to create

[*Traduction*]

rapidement est celui des jeux vidéo multimédias. Je me suis laissé dire que les jeux vidéo rapportent aujourd'hui plus que les industries cinématographiques, et cela me donne le frisson. Nous parlons aussi de mondialisation et de nouveaux débouchés pour les industries canadiennes. Les échanges se font dans les deux sens. Si nous voulons exporter nos produits, nous devons ouvrir nos propres marchés aux produits étrangers.

Enfin, on parle énormément de la transition vers une économie informationnelle et nous constatons déjà que la plupart des nouveaux emplois résultent de la création, de la transmission et de l'utilisation de l'information. C'est aussi une bonne idée de savoir ce que font nos concurrents. Aux États–Unis, aux plus hauts échelons du gouvernement, on consacre énormément de temps et d'efforts à parler de l'infrastructure d'information nationale ou encore mondiale. Les Européens investissent des sommes considérables dans la modernisation de leurs réseaux et les Japonais investissent des sommes impressionnantes dans l'espoir qu'un jour tous les foyers seront reliés par un câble de fibres optiques.

Le défi que nous devons relever au Canada c'est de trouver la façon de continuer de créer des emplois et d'attirer des investissements. Quelle incidence tout cela aura–t–il sur l'identité et la souveraineté culturelle du Canada? Enfin, comment allons–nous nous adapter, changer votre façon de faire des affaires et de traiter les uns avec les autres dans ce nouveau monde de l'information?

Le gouvernement canadien a placé l'autoroute de l'information au haut de sa liste de priorités. Les dépenses au titre de l'autoroute de l'information seront admissibles dans le cadre du programme d'infrastructures de 6 milliards de dollars. Dans le discours du trône et le budget, le gouvernement s'est engagé à mettre en oeuvre une stratégie pour l'autoroute de l'information.

Par ailleurs, j'aimerais rappeler à tous les membres du comité que le Canada a une maîtrise reconnue dans le secteur des télécommunications. N'oublions pas non plus que le téléphone a été inventé par un Canadien. Nous avons tendance à l'oublier. Les Américains se rebiffent quand je dis cela.

J'aimerais aussi rappeler à tous que nous avons l'une des plus fortes pénétration de câbles, de téléphones et de cellulaires au monde, ce qui est une réalisation étonnante pour un si petit pays malgré son vaste territoire. Nous estimons donc posséder l'infrastructure qui nous permettra de moderniser de façon très dynamique nos réseaux et d'assumer le leadership en ce qui a trait à l'autoroute de l'information.

Nous avons énoncé pour notre pays une vision bien expliquée par M. Gerrard dans son allocution à la conférence de l'Association canadienne de la technologie de l'information qui s'est tenue à Toronto. Nous avons comme objectif d'être les meilleurs au monde. Nous voulons construire le réseau d'information de la plus grande qualité et le moins coûteux au monde. Cela peut sembler ambitieux, mais nous croyons pouvoir le faire.

Afin que l'industrie comprenne bien le but que nous visons à lançant cette initiative de l'autoroute de l'information, nous avons élaboré un programme cadre comprenant trois objectifs et quatre principes directeurs que je vais décrire très, très

[*Text*]

jobs through innovation and investment. We believe jobs will be created through investment in infrastructure and in R and D. We believe there will be new firms and new export opportunities because of investment in this business. We believe there will be efficiency gains as we re–engineer our manufacturing and all our delivery of services and government processes. We believe that if we do build competitive infrastructure, new investments will come to this country.

It's very, very important to remember that in the future companies will locate their plants on the basis of infrastructure. If you don't have advanced infrastructure, which is a competitive infrastructure, why wouldn't they locate in Atlanta to serve North America? It's a big concern of ours. We have to make sure we have a competitive infrastructure in this country.

Our number two objective is to reinforce Canadian sovereignty and cultural identity.

Mon ami Paul en a parlé, et je suis tout à fait d'accord. Il faut continuer à appuyer notre industrie culturelle.

If you wanted a particular cartoon that captured the essence of what we're talking about, look at the next slide that depicts what people are worried about: where is the wall of Canadian content in the so–called information highway?

If I may add one other point to this, we should look at the information highway as an opportunity for exporting Canadian content. There is no reason in the world why CBC should not be seen all over the world. There's no reason in the world why films produced in Canada should not be seen all over the world. If we start broadening our horizon and using those networks to export, I think it will beneficially generate jobs domestically in this country if we succeed in exporting cultural products. To the content producers, this is an opportunity.

• 1600

Our objective number three is to ensure universal access at reasonable cost, despite location and income. Right now, as you know, the telephone service is available practically throughout all of Canada. The essential services that should be available to all Canadians in the future are a big issue. We would like to review our concept of universal service and essential services.

The four principles we set up I'll go through very quickly. Principle number one is interconnected and interoperable networks. Right now our telephone network is connected to satellite and to cellular, etc. What we need to do is connect the cable networks with the telephone networks, so that you can provide services to the consumer regardless of which network the actual message travels by.

[*Translation*]

rapidement. Le premier objectif est la création d'emplois grâce une investissements et à l'innovation. Nous croyons que les investissement au titre de l'infrastructure et de la recherche et du développement se solderont par une création d'emplois. Nous croyons qu'il y aura de nouvelles entreprises et de nouveaux débouchés à l'exportation grâce aux investissements dans ce secteur. Nous croyons pouvoir réaliser des gains d'efficacité si nous modernisons nos procédés de fabrication ainsi que tous nos systèmes de prestation de services publics. Nous croyons que si nous mettons en place une infrastructure compétitive, il y aura un accroissement des investissements étrangers au Canada.

Il est très, très important de ne pas oublier qu'à l'avenir les entreprises choisiront de construire leurs usines là où se trouveront les infrastructures d'accueil. Si nous n'avons pas d'infrastructure moderne et donc compétitive, les entreprises pourraient décider de desservir l'Amérique du Nord depuis Atlanta. C'est une énorme source de préoccupation pour nous. Nous devons veiller à ce que le Canada ait une infrastructure compétitive.

Notre deuxième objectif est de renforcer la souveraineté et l'identité culturelle canadiennes.

My friend Paul has spoken of this, and I agree with him entirely. We must continue to support our cultural industry.

De façon caricaturale, le prochaine diapositive décrit bien les principales préoccupations des gens: où est le mur de contenu canadien dans cette prétendue autoroute de l'information?

Encore une chose, si vous me le permettez. Il faut voir dans l'autoroute de l'information une occasion rêvée d'exportation du contenu canadien. Rien n'interdit que la SRC soit captée dans le monde entier ni que les films réalises au Canada soient vus dans le monde entier. Si nous commençons à élargir nos horizons et à mettre à profit ces réseaux pour augmenter nos exportations, je crois que cela nous permettra de créer des emplois ici au Canada grâce à l'exportation de nos produits culturels. C'est une occasion rêvée pour les producteurs de contenu canadien.

Notre troisième objectif est d'assurer un accès universel à prix raisonnable, sans égard au revenu ou au lieu de résidence. À l'heure actuelle, comme vous le savez, le service téléphonique est disponible presque partout au Canada. Il s'agit maintenant de savoir quels services essentiels tous les Canadiens pourront se procurer à l'avenir. Nous souhaitons réexaminer les notions d'universalité et de services essentiels.

Je vais maintenant commenter très brièvement les quatre principes directeurs. Le premier concerne les réseaux interconnectés et interopérables. À l'heure actuelle, notre réseau téléphonique est relié au satellite et au réseau de cellulaire, etc. Nous devons maintenant relier les réseaux de câbles aux réseaux téléphoniques afin de pouvoir fournir aux consommateurs des services quel que soit le réseau sur lequel sont transmis les messages.

[*Texte*]

Our principle number two is that the private sector will build it. The government will not build the information highway. Not only can we not afford it, this is not our job. Our job is to set the rules of the game and let the private sector carry the business. We are committed to ensure that we do our part, trying to set rules of the game that allow all industry to prosper.

Our third principle is competition in facilities, productive services. We would like to have choices. Consumers deserve choices. If they don't like a service provided by company A, then they should be able to go to company B for comparative service. We would like to see competition in all facilities, products, and services.

The last principle is that we need to deal with privacy protection and network security. Recently a survey was done that indicated 84% of Canadians are concerned about privacy. As we start collecting more and more data about Canadians, the concern is increased, and particularly what is being done with this personal data is a concern to Canadians.

In the next slide there's a cartoon that tries to convey that in all this industrial development and prosperity and jobs, let's not forget the consumer. There's only one consumer who pays the bill. Let's not forget that particular consumer.

I'd also like to remind those who keep saying that this is not an information highway, it's a "hypeway"—you hear a lot about that. Let me tell you that Andersen Consulting did a survey recently and their conclusion is that 68% of Canadians may not know what the information highway is but they think it's a good idea. And 59% would like to access it from home. An astounding 55% said they're willing to pay for these services.

I think we have the right to act now; all we need is the will to implement it.

The last couple of slides are reporting to you on progress made at the information highway advisory committee, and I invite you to go through it. It's a very ambitious agenda that the information highway advisory council set for itself. One of the things they've agreed to do is to make the minutes and the decisions available to the public. They are distributed electronically through the Freenet, Internet, etc.

[*Traduction*]

Notre deuxième principe concerne la construction du réseau par le secteur privé. Le gouvernement fédéral ne construira pas l'autoroute de l'information. Nous n'en avons pas les moyens mais ce n'est pas non plus notre mandat. Notre mandat c'est d'énoncer les règles du jeu et de laisser le secteur privé se charger de la réalisation du projet. Nous nous engageons à faire notre part, c'est-à-dire à énoncer les règles du jeu qui permettront à l'industrie de prospérer.

Notre troisième principe c'est la concurrence dans le domaine des équipements, des produits et des services. Nous aimerions pouvoir faire des choix. Les consommateurs méritent de pouvoir choisir. S'ils n'aiment pas le service fourni par l'entreprise A, alors ils devraient pouvoir obtenir des services comparables de l'entreprise B. Nous souhaitons qu'il y ait de la concurrence dans le domaine des équipements, des produits et des services.

Le dernier principe c'est celui de la protection de la vie privée et des renseignements personnels ainsi que la sécurité des réseaux. Un sondage d'opinion réalisé récemment révélait que 84 p. 100 des Canadiens s'inquiètent de la protection de leur vie privée. Si nous nous mettons à amasser de plus en plus de données sur les Canadiens, cette inquiétude s'avivera et les Canadiens voudront savoir quelle utilisation ou fait de ces données personnelles.

La diapositive suivante est une caricature qui tente de faire comprendre qu'il ne faut pas oublier le consommateur lorsque nous parlons de développement industriel, de prospérité et de création d'emploi. Il n'y a qu'un consommateur qui paie la facture. Ne l'oublions pas.

J'aimerais aussi rappeler à ceux qui disent que ce n'est pas une autoroute de l'information mais plutôt une autoroute de l'exagération—beaucoup de gens disent cela. . . Permettez-moi de vous dire que Andersen Consulting a réalisé récemment un sondage d'opinions qui révélait que 68 p. 100 des Canadiens ne savent pas au juste ce qu'est l'autoroute de l'information mais ils pensent que c'est une bonne chose. En outre, 59 p. 100 voudraient pouvoir y accéder depuis leur foyer. Une proportion renversante de répondants, 55 p. 100, ont dit être prêts à payer pour obtenir ces services.

Je crois que nous avons le droit d'agir maintenant; il nous suffit d'avoir la volonté d'aller de l'avant.

Les quelques diapositives qui restent font état des progrès réalisés par le Comité consultatif national sur l'autoroute de l'information et je vous invite à en prendre connaissance. C'est un programme très ambitieux que s'est donné ce Comité consultatif. Il a convenu de rendre public ses procès-verbaux et ses décisions. Ces informations seront distribuées électroniquement sur Freenet, Internet, etc.

• 1605

Secondly, they broke the council into five working groups. Each working group has the ability to augment its membership with other interested parties from other stakeholders. They're proceeding to do that, and they are dealing with the various issues depicted in those slides.

So we are very optimistic that together we can move forward and build something the whole country can be proud of. *Merci beaucoup.*

Deuxièmement, ils ont scindé le Conseil en cinq groupes de travail. Chaque groupe de travail peut chercher de nouveaux membres dans les groupes d'intervenants intéressés. Ils sont d'ailleurs en train de le faire, et ils traitent des diverses questions représentées sur ces diapositives.

Donc, nous sommes très optimistes qu'ensemble, nous pouvons passer à l'action et bâtir quelque chose dont tout le pays sera très fier. *Thank you very much.*

[*Text*]

The Chairman: I'm always glad when we get through any part of this meeting, actually, given the votes we're threatened with. I think we should just carry on until otherwise advised, although I do note that we would cancel each other out, but that's not the way the world works.

You will keep us posted as you hear anything.

On va commencer par des tours de cinq minutes.

May I suggest that if we're interrupted, it will be one vote. We might view that as a coffee break and come back. We would let you know if we got hung up in the House. Would that be okay, if we carried on and tried to finish at 5:15 p.m. or something like? It would be a voting coffee break—a coffee break for you, a vote for us.

Mme Tremblay: On arrive au bout de la course, peut–être avec un peu moins d'énergie qu'au début.

On a entendu tellement de choses sur l'autoroute électronique. Une chose m'inquiète vraiment, et j'aimerais qu'on me renseigne. Je vais me charger moi–même de me rassurer. Il s'agit de la perspective que les compagnies de téléphone obtiennent le droit de nous distribuer des vidéos ou des films à travers la fameuse autoroute électronique. On sait que les compagnies de téléphone sont dans le domaine des télécommunications et que les télécommunications ne sont pas régies par le CRTC. Les règles sont tout à fait différentes. Elles sont régies d'une certaine façon, mais pas de la même façon. Les télécommunications ne sont pas soumises à la règle du pourcentage de contenu canadien.

D'abord, est–ce fondé? Est–il vrai qu'il y a de la consultation présentement? Est–ce qu'on est en train de songer à donner aux compagnies de téléphones le droit de concurrencer les compagnies de câblodistribution? Si oui, comment va–t–on faire pour les réglementer de la même façon que les autres?

M. Racine: Je suis bien heureux de répondre à cette question, parce qu'il s'agit d'une question de politique de radiodiffusion. Si vous me le permettez, je voudrais d'abord mentionner quelques faits.

En ce qui concerne les compagnies de téléphone, il existe trois régimes au Canada. Le premier régime est celui qui s'applique à Bell Canada, Bell qui opère au Canada en Ontario et au Québec. Dans le cas de Bell, il y a une loi qui lui défend spécifiquement d'avoir accès à quelque licence de radiodiffusion que ce soit, point final.

Mme Tremblay: On est sur le point de changer cela.

M. Racine: Eh bien, pour l'instant, c'est cela. En ce qui concerne les autres compagnies de téléphone, les compagnies de la Couronne—pour l'instant, il y en a une en Saskatchewan et une au Manitoba—, il y a une directive du Conseil des ministres adoptée dans les années soixante, je pense, qui défend aux compagnies de la Couronne d'avoir accès à des licences de radiodiffusion. Enfin, les compagnies de téléphone autres que Bell, SaskTel et ManitobaTel sont sous un autre régime. C'est une politique du CRTC qui, pour l'instant, ne leur permet pas d'avoir accès à une licence de câblodistribution. Il n'y a rien, que je sache, qui les empêche d'acheter une station de radio ou un poste de télévision. Il y a donc trois statuts.

[*Translation*]

Le président: Je suis toujours heureux qu'on en termine avec chaque étape de la réunion, surtout quand plane sur nous la menace de plusieurs votes. Je crois que nous devrions simplement continuer jusqu'à avis contraire, quoique je note que nous pourrions annuler les votes les uns des autres, mais ce n'est pas ainsi que les choses se passent.

Vous nous informerez dès que vous entendez quelque chose.

We will begin with five minute rounds.

Je pense que si nous sommes interrompus, ce sera pour un seul vote. On pourrait considérer que c'est une pause–café et revenir. Si nous sommes retenus à la Chambre nous vous le ferons savoir. Est–ce que cela vous va, si nous essayons de continuer et de finir vers 17h15? Ce serait un vote pause café—une pause café pour vous et un vote pour nous.

Mrs. Tremblay: We're nearing the end of the race, perhaps with a little less energy than we had at the start.

We've heard so many different things about the information highway. One thing really worries me, and I would like more information. I will do my best to reassure myself. I'm referring to the prospect of telephone companies obtaining the right to distribute videos or films through this information highway. As we know, telephone companies are in the field of telecommunications, which are not governed by the CRTC. The rules are completely different. They are governed in a way, but not in the same way. Telecommunications are not subject to the Canadian content rule.

First of all, is there any truth to this? Is there really consultations going on right now? Are we considering giving telephone companies the right to compete with cable companies? If so, how will we regulate them the same way as other companies?

Mr. Racine: I'm very pleased to answer this question, because it's a matter of broadcasting policy. Allow me to point out a few facts first.

With regard to telephone companies, there are three different regimes in Canada. The first one applies to Bell Canada which operates in Ontario and Quebec. In the case of Bell, legislation specifically forbids it from gaining access to any kind of broadcasting license whatsoever. Period.

Mrs. Tremblay: That's on the verge of being changed.

Mr. Racine: Well, that's the way things are for the time being. With regard to other telephone companies, Crown corporations—right now there's one in Saskatchewan and one in Manitoba—a Cabinet directive was adopted in the 1960s I think, which prohibits Crown corporations from having access to broadcasting licenses. Lastly, telephone companies other than Bell, SaskTel and ManitobaTel are under another regime. This is a CRTC policy which does not allow them access to cable licenses at the present time. As far as I know, nothing prevents them from buying a radio or television station. So there are three statutes.

[*Texte*]

Deuxièmement, jusqu'à aujourd'hui, le CRTC nous informe qu'il traite les services de vidéos à la carte ou de vidéos sur demande comme si c'était de la radiodiffusion.

Troisièmement, pour offrir des services de vidéos sur demande, il faudrait une licence du CRTC, à moins qu'un jour, quelque part, il y ait un jugement de cour qui nous dise qu'on se trompe.

• 1610

Je viens de dire qu'essentiellement, la question de l'autoroute électronique, en ce qui concerne le contenu culturel, nécessite un instrument d'intervention pour qu'on puisse maintenir un contrôle sur la propriété et sur le contenu. Jusqu'à maintenant, l'instrument d'intervention sur la propriété et surtout sur le contenu a été la Loi sur la radiodiffusion et les licences du CRTC.

Mme Tremblay: Cela ne me console pas tout à fait.

M. Racine: Je vous donne des faits. Vous ne pouvez pas me demander de formuler la politique à la place du ministre.

Mme Tremblay: Je sais, mais il y a des rumeurs. Il n'y a jamais de fumée sans feu.

M. Racine: Il y a parfois plus de fumée que de feu.

Mme Tremblay: Quand on dit qu'il y a présentement un projet en consultation, on n'invente rien. Ce projet circule. Il y a vraiment des projets qui sont sérieux, qui ne relèvent pas d'ailleurs de votre ministère, mais du ministère de votre voisin. On veut modifier cela. Pourquoi le législateur a–t–il modifié la loi récemment, sinon parce qu'il avait des vues à long terme?

M. Racine: De quelle loi parlez–vous? De la Loi sur la radiodiffusion?

Mme Tremblay: Oui. On a libéré le secteur des télécommunications des contraintes liées aux objectifs du contenu canadien. Il n'y a pas tellement longtemps, les télécommunications étaient soumises à cela; maintenant elles ne le sont plus.

M. Racine: Tout d'abord, il y a des contraintes communes dans les deux lois en ce qui concerne la propriété canadienne. Il y a des choses très semblables dans la Loi sur la radiodiffusion et la Loi sur les télécommunications. L'élément le plus frappant, c'est que, dans les deux cas, on ne peut d'aucune façon posséder une entreprise de télécommunications ou de radiodiffusion au Canada sans qu'il y ait au moins 80 p. 100 de contrôle canadien et pas plus de 20 p. 100 de contrôle étranger. Il y a de petites exceptions, des compagnies qui ont été «grand–pèrisées» parce qu'elles étaient déjà là. Il y a par exemple les Américains qui fonctionnent à Québec–Téléphone et en Colombie–Britannique. Mais c'est la règle. La propriété est protégée des deux côtés.

Vous soulevez une question vraiment intéressante en ce qui touche la culture. J'ai eu le privilège d'assister aux deux discussions devant les quatre comités, deux du Sénat et deux de la Chambre des communes, qui ont discuté de la nouvelle Loi sur la radiodiffusion en 1991 et de la nouvelle Loi sur les télécommunications en 1993. Dans un cas, on parlait de culture dans la Loi sur la radiodiffusion. C'est une loi sur le contenu, sur la culture. Il y avait le mot «culture» dans les objectifs de la Loi sur les télécommunications. Les ministres du Québec et d'autres gens nous ont écrit pour dire qu'il était risqué de mettre le mot «culture» en télécommunications. Des gens ont dit: Pourquoi faites–vous cela, puisque la Loi sur les

[*Traduction*]

Secondly, up until now, the CRTC has told us that it à la carte video service or video on demand as for broadcasting.

Thirdly, to offer video on demand service, you have to have a CRTC license, until the day that some court decision tells us that we're wrong about that.

As I've just said, essentially, with regard to cultural content, the information highway requires a means of intervention so that we can maintain some control over ownership and content. Up until now, the intervention instrument regarding property and especially regarding content has been the Broadcasting Act and CRTC licenses.

Mrs. Tremblay: That doesn't really console me.

Mr. Racine: I'm presenting the facts. You can't ask me to formulate policy on behalf of the minister.

Mrs. Tremblay: I know, but there are rumours about. There's no smoke without fire.

Mr. Racine: Sometimes there's more smoke than fire.

Mrs. Tremblay: When we say that plans are underway at the consultation stage, we didn't invent this. These plans are ongoing. There are plans that are really serious, that do not come under your department, but rather your neighbour's department. Plans are afoot to change all this. Why would the legislator have changed the Act recently unless there were some long term plans?

Mr. Racine: What legislation are you referring to? The Broadcasting Act?

Mrs. Tremblay: Yes. The telecommunications sector was freed from the constraints regarding Canadian content. Not so long ago, telecommunications were subject to that, whereas now they are not.

Mr. Racine: First of all, there are common constraints in both Acts with regard to Canadian ownership. There are very similar provisions in the Broadcasting Act and in the Telecommunications Act. The most striking element is that in both cases, one cannot own a telecommunications or broadcasting company in Canada without at least 80% Canadian ownership and no more than 20% foreign ownership. There may be minor exceptions, such as companies that were grandfathered because they already existed. For example, there are Americans who operate Quebec Telephone and a company in British Columbia. But generally that's the rule. Ownership is protected on both sides.

You raised a very interesting point with regard to culture. I had the privilege of participating in two discussions before the four committees, two in the Senate and two in the House of Commons, that discussed the new Broadcasting Act in 1991 and the new Telecommunications Act in 1993. In one case, they talked about culture in the Broadcasting Act. That legislation is about content, about culture. The word "culture" appeared in the objectives of the Broadcasting Act. Quebec ministers and other people wrote to us to say it was risky to include the word "culture" in matters of telecommunications. People said: Why are you doing this since the Telecommunications Act deals essentially with infrastructure? They asked us to withdraw the

[*Text*]

télécommunications, au fond, porte surtout sur les infrastructures?» Ils nous ont demandé de retirer le mot «culture» des objectifs généraux de la Loi sur les télécommunications. C'est ce qu'on a fait.

À l'époque, mon ministre m'avait donné un peu de liberté pour voir ce qu'on pouvait faire. Je n'ai pas considéré cela comme une catastrophe et je vais vous dire pourquoi. Il me paraissait très clair que la Loi sur la radiodiffusion et la Loi sur les télécommunications étaient deux articulations d'un même ensemble et que, par conséquent, il était tout à fait logique de penser que la Loi sur la radiodiffusion devait s'occuper du contenu culturel et qu'on pouvait vivre sans la préoccupation culturelle dans la Loi sur les télécommunications.

Peu importe que ce soit d'un côté ou de l'autre, il va falloir que ce soit quelque part. Si ce n'est nulle part, il n'y aura rien. C'est comme cela que les choses s'articulent entre les deux. Je pense que tant qu'elles seront articulées comme cela, on aura les instruments nécessaires et utiles pour que les Canadiens puissent agir s'ils le veulent. S'ils ne le veulent pas, il n'arrivera rien, mais s'ils le veulent, ils ont ce qu'il faut pour agir.

Cela a été prouvé dans le passé, et on le prouve encore tous les jours aujourd'hui. Chaque décision que prend le CRTC et même les consultations que fait le CRTC, par exemple sur la diffusion par satellite ou sur la vidéo sur demande, montrent très bien qu'on a les instruments nécessaires. Nous devrons nous assurer de les conserver. Si nous les laissons filer, les conséquences seront graves.

[*Translation*]

word "culture" from the general objectives of the Telecommunications Act. That's what we did.

At the time, my minister had given me some leawayt to see what we could do. I didn't consider this a catastrophe and I'll tell you why. It seemed very clear to me that the Broadcasting Act and the Telecommunications Act were two parts of the same whole and that therefore, it was perfectly logical to consider that the Broadcasting Act was to deal with cultural content and that we could live without that cultural concern in the Telecommunications Act.

Whether it's included in one or the other, it has to be found somewhere. If it's not anywhere, there will be nothing. That's the kind of linkage that exits between the two. I think that as long as they work this way, we will have the necessary and useful instruments for Canadians to act if they want to. If they don't want to, nothing will happen, but if they do, they have what they need to act.

This was proven in the past, and is being proven every day even now. Every CRTC ruling and even every CRTC consultation, for example on satellite broadcasting or video on demand, shows very clearly that we have the necessary instruments. We have to make sure we conserve them. If we let them slip away, the consequences will be rather serious.

• 1615

The Chairman: I think we have to move along to Mr. Solberg. Je vous ai laissé dix minutes malgré mes principes.

Mme Tremblay: M. Racine est intéressant.

Le président: Oui, très intéressant.

Mr. Solberg, you have somewhere between five and ten.

Mr. Solberg (Medicine Hat): It seems to me that a lot of this technological revolution will mean ultimately that consumers have tremendous choice. It occurs to me that when they have all that choice, maybe there's a better way to ensure there is a Canadian cultural presence than mandating that there be so many Canadian channels and that kind of thing.

Doesn't it make more sense to ensure that when people come out of the schools, they've been schooled well enough in Canadian culture and have enough of a grasp of Canadian history, geography, politics and those kinds of things that they'll choose Canadian channels because that's what's relevant to them? That's as opposed to saying we're going to mandate that 50% of all the channels be Canadian. In the end if they're not interested anyway, they'll choose whatever else interests them. Doesn't that make more sense? I really want to get back to the first principles and the philosophy. I think it's important.

Mr. Racine: It's a very good question and I think it's a fundamental question.

I think that whatever we learn in school about our history, our geography and all things Canadian, when we go out in the world and we have to live our life and make our choices, we become consumers like any other consumer in the world. A

Le président: Je pense qu'il faut maintenant passer à M. Solberg. I let you go on ten minutes against my better judgement.

Mrs. Tremblay: Mr. Racine is interesting.

The Chairman: Yes, very interesting.

Monsieur Solberg, vous avez entre cinq et dix minutes.

M. Solberg (Medicine Hat): Il me semble qu'en fin de compte, cette révolution technologique permettra en grande partie aux consommateurs de disposer d'un énorme choix. Donc, lorsqu'ils seront confrontés à tous ces choix, il y aura peut–être une meilleure façon d'assurer une présence culturelle canadienne que de rendre obligatoire un tel nombre de canaux canadiens, etc.

N'est–il pas préférable de nous assurer que lorsque les gens terminent leurs études, ils ont suffisamment de connaissances en matière de culture canadienne et ont une compréhension suffisante de l'histoire, de la géographie et de la politique canadiennes qu'ils choisiront d'eux mêmes les canaux canadiens parce que cela les intéresse davantage? C'est préférable au lien d'obliger que 50 p. 100 des canaux soient canadiens. Parce qu'en fin de compte, si ces canaux ne les intéressent pas, ils vont choisir autre chose. N'est–ce pas une approche plus sensée? Je voudrais vraiment en revenir aux principes de base. Je crois que c'est important.

M. Racine: C'est une excellente question et je dirais même une question fondamentale.

Quoi que nous apprenions à l'école de notre histoire, de notre géographie ou de tout autre aspect de la vie canadienne, lorsque nous sortons dans le monde et que nous devons vivre nos vies et faire des choix, nous devenons des consommateurs,

[*Texte*]

consumer, even if he's very Canadian and even if he believes in this country and loves this country, in the end will buy something that he sees or hears about. I know there must be better things for my health than what I find at the grocery store, but if all I see is what is there, I'll pick one of these products.

The whole objective, the whole *raison d'être* of the Canadian cultural policy, has never been to force Canadians to buy Canadian books, records, film. No, it's impossible. We just cannot force people to do that. It has always been to make sure that in the overwhelming choice we have in Canada. . .

There is no country in the world more open as a market for cultural products than Canada. You will find nowhere else in the world where you have as many choices of books in two, three, twelve languages, television services by the dozen and so on. It's so open as a market, it's unbelievable. Well, all we want to do is make sure that in this vast array of products if a Canadian one day, when there's sunshine, it's warm and he feels happy, wants to have access to a Canadian cultural product, it will be available. That's all we've been trying to do.

On television—well, I will focus now on broadcasting. The general idea is that if you want a Canadian product it will be there available, so you must make sure it is produced. You must make sure it is advertised. You must make sure it is distributed. Broadcasting is a cultural industry like any other, except that it is the biggest cultural industry and it's very cost–intensive. It is not cheaper to make television for 27 million Canadians than to make good television for 270 million Americans. It's exactly the same price. It's not cheaper, by the way, to make good programs for 7 million francophones than for 18 million anglophones in Canada. The number of consumers is not the factor in the cost of making a good program. Of course, it is a factor in the revenue you get.

Why do Canadians need monetary support but also structural support? We give $1 billion to the CBC—okay, that's cash support, but the most important support is the support of legislation, ownership, and the other mechanisms by which we guarantee the protection of Canadian advertising money. We want it to go to Canadians instead of being siphoned off by foreigners.

Why is it so important that we keep control of those industries? It's because the Americans are 10 times bigger than we are. Ever since Goliath and David, never has David won the battle.

[*Traduction*]

comme tout autre consommateur du monde entier. Or, un consommateur, même s'il est très Canadien et qu'il croit en son pays et qu'il aime son pays, achètera ce qu'il voit ou ce dont il entend parler. Je sais qu'il y a des aliments meilleurs pour ma santé que ce que je trouve au supermarché, mais si je ne vois que ce qui s'y trouve, je choisirai un de ces produits–là.

La politique culturelle canadienne, dans toute sa raison d'être, n'a jamais eu pour objectif de forcer les Canadiens à acheter des livres, des disques ou des films canadiens. Non, cela est impossible. Nous ne pouvons pas forcer les gens à le faire. L'objectif a toujours été de nous assurer que face au choix énorme qui se présente à nous au Canada. . .

Il n'y a aucun autre pays du monde qui soit aussi ouvert que le Canada au chapitre des produits culturels. Dans aucun autre pays pouvez–vous trouver un tel choix de livres dans deux, trois, ou même douze langues, des services de télévision à la douzaine, et ainsi de suite. Le marché est tellement ouvert ici que c'est presque incroyable. Eh bien tout ce que nous voulons faire, c'est de nous assurer que face à cette vaste gamme de produits, si un jour un Canadien trouve qu'il fait beau et qu'il est de bonne humeur, et qu'il veut avoir accès à un produit culturel canadien, ce produit sera disponible. C'est tout ce que nous avons essayé de faire.

À la télévision—eh bien maintenant je vais me concentrer sur la radiodiffusion. L'idée c'est que si vous voulez un produit canadien, il doit être disponible, et vous devez vous assurer qu'il sera produit. Vous devez vous assurer qu'il sera annoncé et distribué. La radiodiffusion est une industrie culturelle comme toute autre, sauf que c'est la plus grande et la plus coûteuse. Il n'en coûte pas moins cher de réaliser une émission de télévision pour 27 millions de Canadiens que de bonnes émissions pour 270 millions d'Américains. Ça coûte exactement la même chose. Au fait, il ne coûte pas moins cher de réaliser de bonnes émissions pour 7 millions de francophones que pour 18 millions d'anglophones au Canada. Le nombre de consommateurs n'est pas un facteur dans le coût d'une bonne émission. Bien sûr, c'est un facteur dans les recettes qu'on en tire.

Pourquoi les Canadiens ont–ils autant besoin d'appui financier que d'appui structurel? Nous donnons un milliard de dollars à la SRC. Bon, ça c'est un apport financier, mais l'appui le plus important est l'appui législatif, la propriété, et les autres mécanismes par lesquels nous garantissons la protection des fonds de publicité canadiens. Nous voulons que cet argent aille aux Canadiens plutôt que d'être soutirer par des étrangers.

Pourquoi est–ce si important de garder la main mise sur ces industries? Parce que les Américains sont 10 fois plus gros. Depuis l'époque de David et Goliath, David n'a jamais gagné.

• 1620

Some hon. members: Oh, oh!

Mr. Racine: Okay. That's why we need protection.

The Chairman: You're our slingshot.

Des voix: Oh!

M. Racine: Si. C'est la raison pour laquelle nous avons besoin de cette protection.

Le président: Vous êtes notre fronde.

[*Text*]

Mr. Racine: So we need some protection. We need some support mechanism, because in the United States they have a market of 270 million people—very rich people compared to the rest of the world, extremely rich people. When they are finished paying for their film and their sound recording and everything, they look around the planet and they distribute what is already paid for anyway. Everything else is gravy.

Well, in Canada it costs the same amount of money to produce good–quality products because we're near the United States. We can see what they do. We can hear what they do. We can read what they do. We want the same thing. We will not accept anything cheaper, anything of lower quality. Whether we're francophone or anglophone, we want the best.

Fine, except that if you want to produce that you need to have money, and the market is simply not there to support it. You have to take special measures. That's the basic assumption of Canadian cultural policy, and it's been like that for 75 years. It is one thing that Canadians have built over three generations, all parties together, because when you look at the situation you don't really have a choice—well, unless you want simply to get rid of the whole thing, and that would be simpler. But if you want to see something Canadian on the market, you have to take into account that we are a small market, subdivided into two linguistic markets.

Mr. Binder: I'd like to add, just piggybacking on this, that one of the problems is you have to separate the delivery from the content. We've got to put this aside. Historically they were the same. The medium was the message. Remember that saying? In the future the medium will not be the message; the message can come at you by different mediums, etc.

One of the dilemmas, one of the challenges, facing us with these 500 channels or 1,000 channels coming at us from all kinds of sides is how do we maintain Canadian products and how do we interest Canadians in buying Canadian products? They are two separate questions.

Right now, however, I would put to you that a cultural content provider. . .someone writes a book and he or she wants to deliver it. They're very constrained. Technology is still constraining now, as we speak. CRTC was not able to approve more than six for a variety of economic reasons, but also I'm not sure the cable industry can now deliver more than what was approved. Assume that you get into a place where now everybody has high–capacity capability. You won't be able to stop it. This stuff will be coming at you. The challenge to us is how we keep producing Canadian content and providing the content producer with alternative competitive delivery.

Mr. Solberg: Okay. It seems to me that over the course of the history of broadcasting in this country we've had Canadian content regulations and initially we had CBC alone. Then there was CTV, and then. . . In those days, of course, there was a certain amount of Canadian content. Now, as time has gone by, there have been other options. There have been American channels come in with no Canadian content. People have been able to watch that and in many cases they've chosen to do that.

[*Translation*]

M. Racine: Nous avons besoin d'une certaine protection. Nous avons besoins de certains mécanismes de soutien car aux États–Unis il y a un marché de 270 millions de consommateurs—de consommateurs très riches par rapport au reste du monde, extrêmement riches. Une fois leur produit amorti chez eux, qu'il s'agisse de films ou de disques, ils cherchent des marchés sur la planète et ils distribuent un produit déjà amorti. Le reste est tout bénéfice.

Au Canada fabriquer des produits de bonne qualité coûte autant d'argent parce que nous sommes voisins des États–Unis. Nous pouvons voir ce qu'ils font. Nous pouvons entendre ce qu'ils font. Nous pouvons lire ce qu'ils font. Nous voulons la même chose. Nous refusons d'accepter des produits meilleur marché, de qualité inférieure. Que nous soyons francophones ou anglophones nous voulons ce qu'il y a de mieux.

Très bien, sauf que pour ce genre de production il faut de l'argent et le marché pour la financer n'existe pas. Il faut prendre des mesures spéciales. C'est l'hypothèse de départ de la politique culturelle canadienne et c'est comme ça depuis 75 ans. C'est une politique observée depuis trois générations, par tous les Canadiens, tous partis confondus, parce que nous voyons bien que nous n'avons pas vraiment le choix—à moins, bien sûr, de s'en laver complètement les mains et ce serait plus simple. Mais si on veut des produits canadiens sur le marché, il faut tenir compte de la petitesse de notre marché divisé en deux sous–marchés linguistiques.

M. Binder: J'aimerais ajouter qu'il faut désormais séparer le support du contenu. Auparavant il n'y avait pas de distinction. Or c'est une motion à mettre de côté. Le médium était le message. Vous vous souvenez de l'expression? À l'avenir le médium ne sera pas le message; le message pourra emprunter toutes sortes de supports pour être transmis.

Un des dilemmes, un des défis à relever face à ces 500 chaînes ou 1 000 chaînes qui nous arriveront de partout est de trouver le moyen de préserver les produits canadiens et d'y intéresser les Canadiens? Ce sont deux questions distinctes.

J'estime qu'actuellement les fournisseurs de contenu culturel. . . les écrivains qui veulent diffuser leurs oeuvres, par exemple. . . sont soumis à de nombreuses contraintes. La technologie est encore au moment où nous parlons contraignante. Le CRTC n'a pu approuver que six chaînes supplémentaires pour toutes sortes de raisons économiques et je ne suis pas tellement certain que l'industrie du câble ait actuellement la capacité d'en accueillir plus. Le jour où cette capacité existera, rien ne pourra empêcher toutes ces chaînes d'arriver chez vous. L'enjeu pour nous est de faire en sorte qu'il y ait toujours des produits canadiens et des supports compétitifs pour les distribuer.

M. Solberg: Très bien. Il me semble que depuis les débuts de la radiodiffusion dans notre pays, il y a toujours eu des règlements régissant le contenu canadien et au départ Radio–Canada n'avait pas de concurrents. Ensuite il y a eu CTV, et ensuite. . . À cette époque, bien entendu, il y avait un certain pourcentage de contenu canadien. Avec le temps, d'autres options ont surgi sur le marché. Les chaînes américaines sont arrivées sans aucun contenu canadien. Les téléspectateurs ont eu un choix et souvent ils ont adopté les chaînes américaines.

[*Texte*]

Now we're getting into a situation where we will have pay–per–view even. So it will not even be necessary for someone to by chance come across Canadian programming on TV. They can go to the menu and they can pick up whatever they want off the menu. They may have no cause to see any Canadian programming at all, if they make those types of choices.

The point I'm making is that in that environment it seems wise to me to make a much larger investment at the very beginning, when people are very malleable, in school, to help them understand about their country, and then they can make the choices. I guess I'm saying in a lot of ways if people come out of school and they don't know anything about their country, aren't we spending a tremendous amount of money to try to do a remedial exercise in the hope, vain in many cases, that somehow they'll have an appreciation for their country.

• 1625

Mr. Racine: Of course I agree that it would help if there was a good curriculum within Canadian schools that would initiate young Canadians, young Quebeckers, to their own literature, their own film–makers, their own television producers, their own singers. Yes, that would be a good thing. I think an effort is being made. Of course it's not within the jurisdiction of the federal government to do that.

But let's go back to pay–per–view. There is a pay–per–view service that has been licensed by the CRTC. They have the licence, but they have conditions on this licence. So when they offer films, they must offer a certain quantity of Canadian films as well. Nobody can force the spectator to choose a Canadian film, but at least it will be there, available. When out of five films offered every night you have at least one or two Canadian ones, you increase the chances that there will be exposure to the public, that it will be seen.

It's all we can do. We cannot wave a magic wand and make sure that all Canadians will dream only of Canadian films and Canadian records. But it should be offered; it should be put into view.

The problem Canadian films have, by the way, is marketing. It's as simple as that. It looks simple, but for a while it took everything we had just to produce the film, so nobody ever budgeted for marketing. In the United States they budget 50–50—not every film, but the biggest ones: 50% for production and 50% for marketing. So when they say that *Terminator* cost $100 million, it's $50 million for production and $50 million for hype. So in Canada you haven't seen the film but you've heard about it already. So they don't need to advertise. It's everywhere. You have dolls; you have posters; you have television, *Entertainment Tonight*, etc.

We have to address this problem. It will be long and difficult, but one thing we can do, one of the artificial ways by which we can re–establish the balance, is called Canadian content. You put it there; you say to the people who make a lot of money offering broadcasting services, specialty services, cable services... They make a lot of money; they're not broke. Otherwise, I don't understand why so many millionaires want to get there. As soon as they finish making money in oil, they get

[*Traduction*]

Bientôt nous aurons la télévision payante à la carte. La possibilité de voir par hasard une émission canadienne n'existera peut–être plus. Les téléspectateurs choisiront ce qu'ils voudront dans le menu qui leur sera offert. Il est possible que rien ne les incite à regarder des émissions canadiennes, s'ils ont le choix.

Voilà où je veux en venir. Il me semble que dans ces circonstances il serait judicieux d'investir de manière plus directe au départ, au tout début, à l'école, quand les gens sont plus malléables, pour les aider à mieux comprendre leur pays et à faire leur choix en toute connaissance de cause. Bref, si les jeunes sortent de l'école sans rien savoir sur leur pays, n'est–ce pas consacrer une somme énorme d'argent à un exercice de rattrapage dans l'espoir, très souvent vain, de leur apprendre à apprécier leur pays?

M. Racine: Je suis tout à fait d'accord avec vous, il serait utile qu'il y ait dans les écoles canadiennes de bons programmes qui fassent découvrir aux jeunes Canadiens, aux jeunes Québécois, leur propre littérature, leur cinéastes, leurs réalisateurs de télévision, leurs chanteurs. Oui, ce serait une bonne chose. Je crois qu'on fait un effort de ce côté–là. Bien entendu, ce n'est pas de la compétence du gouvernement fédéral.

Mais revenons à ces programmes à la carte. Le CRTC vient d'accorder un permis à un service de télévision à la carte. Le permis a été accordé mais certaines conditions doivent être respectées. S'ils offrent des films, ils doivent y inclure une certaine quantité de films canadiens. Personne ne peut obliger le téléspectateur à choisir un film canadien, mais au moins ces films seront là, ils seront disponibles. Si sur cinq films offerts chaque soir il y a au moins un ou deux films canadiens, les chances de visionnement par le public sont multipliées.

C'est tout ce que nous pouvons faire. Nous ne pouvons pas d'un coup de baguette magique obliger tous les Canadiens à ne rêver que de films et de disques canadiens. Mais ils devraient figurer dans le choix.

Entre parenthèses, le problème des films canadiens c'est la commercialisation. C'est aussi simple que cela. Cela semble simple, mais il fût un temps où toutes les ressources étaient consacrées à la réalisation si bien qu'il ne restait plus rien pour la commercialisation. Aux États–Unis c'est 50–50—pas pour tous les films, mais pour les plus gros: 50 p. 100 pour la réalisation, 50 p. 100 pour la commercialisation. Quand ils disent que *Terminator* a coûté 100 millions de dollars, cela veut dire 50 millions de dollars pour la réalisation et 50 millions de dollars pour le lancement. Au Canada même si vous n'avez pas vu le film vous en avez déjà entendu parler. Ils n'ont pas besoin de faire de publicité. Il y en a partout. Il y a des poupées; il y a des affiches; il y a les passages à la télévision, *Entertainment Tonight*, etc.

Il faut trouver une solution à ce problème. Ce sera long et difficile, mais une chose que nous pouvons faire, un des moyens artificiels par lesquels nous pouvons rétablir l'équilibre, c'est le contenu canadien. Il faut dire aux gens qui gagnent beaucoup d'argent en offrant des services de radiodiffusion, des services spécialisés, des services de câble... Ils gagnent beaucoup d'argent; ils ne sont pas fauchés. Autrement, je ne comprends pas pourquoi cela intéresse tant de millionnaires. Dès qu'ils ont

[*Text*]

into culture. They get into culture because it's going to be a very fast–growing sector very soon.

So we ask them, if you want that permission to make money, then make some Canadian products available on the table. That's the way we make sure it becomes easier for Canadians to pick them up.

The Chairman: If I may switch now to Bonnie Brown.

We're always under the gun here. We're escaping votes, which of course is bad, because we don't get out of here as fast. So far so good.

Ms Brown (Oakville—Milton): It's always difficult to talk about these things that are sort of around the corner but not quite here and we're not exactly sure how it's all going to work, but while we have you two particular witnesses, I'd like to get into what Monte has raised, which is the regulation of converged communication technologies.

I can tell by Mr. Racine's initial comments that he's very much in favour of that in order to hold on to what we've been able to do in the past in protecting Canadian culture.

It seems to me that we have a pretty successful history with the telephone companies and the broadcasters, but I think that's because we've held the key to the bank and licences. We've had a long history of cooperation with them, and if they don't cooperate, then we have some clout.

But now, it seems to me, we have a new player, in the computer–based Internet availability. This worries me a lot. One of the reasons is we took a tour to a local facility and were given a demonstration of how to get into Internet. Within about seven minutes we got into the Louvre in Paris and saw the menu and chose what we wanted to see there. It was all terribly exciting. In the course of that, there was some discussion about whether or not any of that could be regulated. The two people who were in charge, whom I would call "techies", sort of went on to tell us that no one could control them, that they understood how to work the system and no one would ever be able to control them, and, by the way, would we like to see the—

The Chairman: Karla Homolka.

Ms Brown: —Karla Homolka transcripts while we were there. I found that really an appalling attitude.

• 1630

It seems to me we're facing this question at a different time in our social development. Witness the underground economy that has been growing in the last years. I also see young people coming out of the education system sometimes with computer science, math, business, or engineering degrees, never having looked at a philosophy course, an ethics course, or that kind of thing. If those kinds of technically educated people are the ones who know the most about the information highway from the point of view of the computer part of it, how are we going to engage them in this cooperative effort that regulation would imply? Is it possible?

[*Translation*]

fini de gagner l'argent dans le pétrole, ils s'engouffrent dans la culture. S'ils le faut c'est parce que c'est un secteur en pleine expansion.

Il faut leur dire: si vous voulez cette autorisation de gagner de l'argent, ajoutez quelques produits canadiens à vos services. C'est le moyen d'assurer leur accessibilité.

Le président: Permettez–moi de donner maintenant la parole à Bonnie Brown.

Nous sommes toujours sur le qui–vive. Nous échappons aux votes, ce qui n'est pas bien, bien entendu, parce que nous ne partons pas assez vite. Jusqu'à présent pas de problème.

Mme Brown (Oakville—Milton): Il est toujours difficile de parler de ces choses qui ne vont pas tarder mais qui ne sont pas encore tout à fait là et dont on ne connaît pas exactement les conséquences mais j'aimerais profiter de la présence de ces deux témoins particuliers pour revenir sur une question posée par Monte concernant la réglementation de la convergence des technologies de communication.

Si j'en crois les remarques initiles de M. Racine, il y est tout à fait favorable pour que nous puissions continuer comme avant à protéger la culture canadienne.

Il me semble que nos relations avec les compagnies de téléphone et avec les radiodiffuseurs ont toujours été très bonnes mais c'est parce que nous réglementons leurs tarifs et leurs licences. Ils ont toujours coopéré parce qu'ils ne pouvaient pas vraiment faire autrement.

Aujourd'hui, il nous faut faire face à un nouveau venu sur le marché, le réseau de communication par ordinateur, Internet. Cela m'inquiète beaucoup. Nous avons visité un des bureaux locaux et on nous a fait une démonstration d'utilisation du réseau. En sept minutes environ nous nous sommes retrouvés au Louvre à Paris avec un menu de tout ce que nous pouvions voir. C'était extraordinaire. Pendant le cours de la discussion, nous nous sommes demandés s'il serait possible de réglementer ce genre de service. Les deux responsables, deux techniciens, je crois, nous ont pratiquement dit que personne ne pourrait jamais les contrôler, qu'ils savaient très bien comment exploiter le système et que personne n'arriverait jamais à les contrôler et, à ce propos, est–ce que vous aimeriez voir. . .

Le président: Karla Homolka.

Mme Brown: . . .la transcription du procès de Karla Homolka. Je trouve leur attitude vraiment offusquante.

Il me semble que cette question se pose à nous à un moment différent de notre développement social. Voyez l'économie souterraine en pleine explosion depuis quelques années. Il y aussi les jeunes qui finissent leurs études parfois avec un diplôme d'informatique, de mathématiques, de commerce ou de génie sans avoir jamais ouvert un livre de philosophie, sans avoir jamais suivi un cours de morale ou un autre cours de ce genre. Si ce sont ces gens techniquement éduqués qui sauront le mieux se servir de cette autoroute électronique, comment arriverons–nous à les faire participer à cet effort coopératif qu'implique la réglementation? Est–ce possible?

[*Texte*]

Mr. Binder: These are tough questions that there are no easy answers for. You can control, theoretically, at great cost. You can put a gateway at the border, an electronic veil that nothing crosses over. In fact, in certain countries they are attempting to do that. They just prohibited selling satellite dishes in Switzerland, I think. You're not allowed to own a satellite dish for a variety of reasons.

We in Canada learned the hard way that it's not enforceable. There used to be a law that everybody who wanted to have a satellite dish had to get a license. We gave that up a long time ago. Even as we speak of the so–called grey market for satellite services, you hear about some horrible numbers, that something like 400,000 Canadians right now are subscribing to illegal programming. These are all symptoms of how technology bypasses regulation. The good news is that for the foreseeable future we believe only techies, a small minority of Canadians, will be tuned in, whereas the vast majority will not.

If you project into the long range, we hope Canadian quality will be the determining factor. Canadians like to watch Canadian news. Even nowadays when we have CNN, they still will insist on having the Canadian CBC, CTV, and Global news. Over time we are developing an industry that may continue to win over Canadians on quality.

I'm not ready to subscribe to the notion that we cannot produce quality programming that Canadians will actually watch, be it geographic, historical, or local news. The strength and the hope is in winning Canadians, not prohibiting access to products from abroad.

Ms Brown: This is the exact thing I wanted to get at. We have had a tradition of tremendous civil cooperation in this country, and this is what I think is deteriorating and why we would have to practically build a wall to stop people. We can't afford to do that, nor do we want to because that's not part of our cultural openness. But it still worries me from the point of view of Paul's ideas around the enhancement of the Canadian culture component.

Paul, before you answer, I want to also throw this other idea out—Mr. Binder raised it—that Canadians will choose quality. Who's going to define that? The public taste has been assaulted by the lowest common denominator of American sitcoms that permeate our airways. The level of quality of older viewers vis–à–vis younger viewers could be quite different. I don't know about that for sure, but it seems to me there has been a deterioration in the public taste as to what is acceptable. Who's going to decide what quality is, or do we have to lower ourselves to their standards to get them to watch our programs?

[*Traduction*]

M. Binder: Voilà des questions difficiles auxquelles il n'est pas facile de répondre. En théorie, le contrôle est possible mais à un coût très élevé. On peut installer une porte à la frontière, un filtre électronique qui empêche tout passage. En fait, dans certains pays ils essaient déjà de le faire. Je crois qu'ils viennent d'interdire la vente d'antennes paraboliques en Suisse. Les Suisses n'ont pas le droit d'acheter d'antennes paraboliques pour toutes sortes de raisons.

Au Canada nous avons appris à nos dépens que c'était impossible à réglementer. Autrefois, il fallait un permis pour installer une antenne parabolique. Cela fait longtemps que nous y avons renouée. À l'heure même où nous discutons de ce soi–disant marché gris pour les services de satellite, des chiffres horribles circulent, il y aurait actuellement près de 400 000 Canadiens qui ont abonnés à des programmes illégaux. La technologie peut contourner tous les règlements. Par contre, nous croyons que dans l'avenir immédiat seuls les fanatiques de la technique, une petite minorité de Canadiens, pourront capter ces émissions alors que la vaste majorité ne pourra pas.

À long terme, nous espérons que la qualité des produits canadiens sera le facteur déterminant. Les Canadiens aiment regarder les nouvelles canadiennes. Même avec CNN aujourd'hui, ils continuent à réclamer les nouvelles de Radio–Canada, de CTV et de Global. Il est possible qu'avec le temps les progrès de notre industrie continuent à séduire les Canadiens par sa qualité.

Je ne suis pas prêt à admettre que nous ne pouvons pas produire d'émissions de qualité que les Canadiens regarderont qu'il s'agisse d'émissions géographiques, historiques ou de nouvelles locales. Nous mettons tous nos espoirs dans la fidélisation des téléspectateurs canadiens et non pas dans l'interdiction d'accès aux produits étrangers.

Mme Brown: C'est exactement là où je voulais en venir. Notre pays a une énorme tradition de coopération civile et c'est ce qui je crois est en train de se détériorer et la raison pour laquelle il nous faut pratiquement ériger un mur pour stopper les gens. Nous n'en avons pas les moyens et nous ne voulons pas le faire non plus parce que cela ne correspond pas à notre ouverture culturelle. Il reste que cela continue à m'inquiéter malgré cette valorisation de l'élément culturel canadien dont parle Paul.

Paul, avant que vous ne répondiez, j'aimerais revenir sur cette notion évoquée par M. Binder selon laquelle les Canadiens choisiront la qualité. Qui la définira? Le goût du public est attaqué par le plus petit commun dénominateur des comédies des situations américaines qui se répandent sur nos ondes. Il se pourrait que la notion de qualité pour les jeunes téléspectateurs soit tout à fait différente de celle des vieux téléspectateurs. Je n'en suis pas totalement certaine, mais il me semble qu'il y a une dégradation de ce que le public juge aujourd'hui acceptable. Qui définira la qualité? Devrons–nous aligner nos normes sur les leurs pour qu'ils regardent nos émissions?

• 1635

Some hon. members: Oh, oh!

Mr. Binder: NFB has a library of products. They're just marvellous. They're available. They cannot be seen—there's not enough air time now—because they're not subscribing to the lowest common denominator.

Des voix: Oh!

M. Binder: L'ONF a une bibliothèque de produits. Ils sont tout simplement merveilleux. Ils sont disponibles. Ils ne peuvent être vus—il n'y a pas suffisamment de temps d'antenne libre actuellement—parce qu'ils ne souscrivent pas au plus petit commun dénominateur.

[*Text*]

My view is that in an era where there are many, many channels you may have an NFB channel—I'm using it as an example—and all of us who like to watch some of NFB's interesting documentaries will be able to watch them. I think it will be a different business. It will not be the way we are running the business nowadays. But I'm hoping we will have niche markets, just like we have newspapers, magazines, etc. You walk into a store and you have all kinds of choices, and there's still business. There are still people who publish, and magazines are still being published. It will be the same thing with television programming, hopefully.

Mr. Racine: I would like to mention two points. The first is that the questions that Madam Brown is raising are of course extremely important when it comes to culture, but in a cultural field we're not the only one asking questions. I'm sure that right now there are plenty of people in the Department of Justice, in the consumer affairs section in your department, or in the social affairs department of the provinces, wondering about the consequences of these networks. Yesterday I read in the newspaper about a question of child abuse through the networks, pornography, false information, consumer abuse.

It's also something that concerns the Criminal Code, the protection of the consumer, and not only culture. We'll have to decide what kind of cultural services we want to protect. It cannot be so pervasive as it would be similar to trying to control what people write and send through the post office. Are they really writing about Canadian subjects or are they writing about something else? That would be about the same thing. At some point we will have to draw the line.

I want to point out the fact that the electronic highway will be mainly land based in Canada. It will go through wires that operate in Canada, under the control of Canadian companies. It doesn't seem to me that it's impossible to have any form of control. When there is enough abuse in such an area we will find, I'm sure, that's it's possible to control it, just as the CRTC has done this week when it put a limit to automatic soliciting through the telephone. We knew it could be done. It has done it, and the telephone company will enforce it.

There's a second point I want to make. Regulations do not mean by any means that they restrict access. It's not true. We had regulations since the beginning of the telephone companies. They've been very regulated. They complain all the time that they are too regulated, but they are providing access to 99% of Canadian homes, so it's not an obstacle to access. Of course, the cable companies, when they are in a bad mood, complain about too much regulation, but the fact is that they are providing access to 97% of Canadian homes. It is the highest rate for telephone and cable anywhere in the world.

[*Translation*]

Il me semble que dans la floraison de chaînes de demain, il sera possible d'avoir une chaîne de l'ONF—ce n'est qu'un exemple—et que tous ceux d'entre nous qui aiment regarder les documentaires intéressants de l'ONF pourront le faire. Les règles du jeu seront différentes. Les choses ne se feront plus comme aujourd'hui. Mais j'espère qu'il y aura des créneaux pour ce genre de produit, tout comme nous avons des créneaux pour les journaux, les magazines, etc. Quand on entre dans une boutique, le choix ne manque pas. Il y a toujours des gens qui publient, il y a toujours des magazines qui continuent à être publiés. Il faut espérer que ce sera la même chose pour les émissions de télévision.

M. Racine: J'aimerais mentionner deux choses. Premièrement, les questions que soulève M^me^ Brown sont bien entendu extrêmement importantes du point de vue culturel, mais nous ne sommes pas les seuls à nous poser des questions au sujet de la culture. Je suis sûr qu'à l'heure actuelle il y a beaucoup de gens au ministère de la Justice, à la direction des consommateurs de votre ministère, ou au ministère des Affaires sociales des provinces qui se posent des questions sur les conséquences de ces réseaux. Hier je lisais un article sur les sévices exercés sur les enfants, la pornographie, les fausses nouvelles et la publicité trompeuse diffusées par les réseaux.

Cela concerne également le Code criminel, la protection des consommateurs et non pas seulement la culture. Il nous faut décider quel genre de services culturels nous voulons protéger. Il ne faudrait pas non plus tomber dans un excès qui revient pratiquement dans autre domaine à essayer de contrôler ce que les gens écrivent ou envoient par la poste. Est–ce qu'ils écrivent vraiment sur des sujets canadiens ou est–ce qu'ils écrivent sur quelque chose d'autre? Ce serait à peu près la même chose. Il y a une limite qu'il ne faudra pas franchir.

J'aimerais signaler qu'au Canada cette autoroute électronique sera principalement terrestre. Elle empruntera des câbles canadiens contrôlés par des compagnies canadiennes. Il ne me semble pas qu'il soit impossible d'exercer une forme quelconque de contrôle. Je suis sûr qu'en cas d'abus excessif, nous trouverons le moyen d'exercer un contrôle, tout comme le CRTC vient de le faire cette semaine en imposant une limite aux sollicitations par téléphone automatique. Nous savions que cela pourrait être fait. Nous l'avons fait, et les compagnies de téléphone feront respecter la règle.

Il y a une deuxième chose que je tiens à signaler. Les règlements ne signifient nullement une restriction de l'accès. Ce n'est pas vrai. Les compagnies de téléphone ont toujours été réglementées. Elles ont toujours été très réglementées. Elles se plaignent tout le temps de cet excès de réglementation, mais cela ne les empêche pas de servir 99 p. 100 des foyers canadiens. Ce n'est donc pas un obstacle à l'accès. Bien entendu, les compagnies de câble, quand elles sont de mauvaise humeur, se plaignent d'un excès de réglementation, mais elles servent quand même 97 p. 100 des foyers canadiens. C'est le taux de branchement pour le téléphone et le câble le plus élevé du monde.

[*Texte*]

Good regulations, done intelligently and in a way that is not too crushing and stiffening, do not at all restrict access. The fact is that we have the best cable system in the world, the best telephone system in the world. Regulation in itself is not the death of access and good product if it's done the right way.

The Chairman: I wish to ask a follow-on question that relates really to Internet and also to satellites. Let me go back to a phrase that appears in Mr. Binder's brief, which is that one of the four principles is an interconnected and interoperable network of networks, which suggests a very permeable arrangement. It's something very hard to control. It suggests that you can find stuff about trials that technically we shouldn't be able to learn about. I'm thinking of Internet particularly, but also of satellites. They seem the most obvious. Compression and digitalization are taking place. You can get a higher and higher quality signal off a telephone line and through a computer. In fact, we watched a demonstration yesterday of computer-generated video that was not bad. It's obviously going to get better.

[*Traduction*]

De bons règlements, strictement intelligents mais sans être ni trop écrasants ni trop étouffants ne restreignent absolument pas l'accès. Nous avons quand même le meilleur réseau câblé du monde, le meilleur service de téléphone du monde. Les règlements eux-mêmes ne sont pas l'arrêt de mort de l'accès et des bons produits s'ils sont appliqués comme il faut.

Le président: J'aimerais poser une question complémentaire qui concerne Internet et les satellites. Dans son mémoire M. Binder dit qu'un des quatre principes est un réseau de réseaux intrerconnectés et interopérables, c'est-à-dire quelque chose de très mouvant, donc de très difficile à contrôler. Des détails sur des procès par exemple auxquels techniquement nous ne devrions pas avoir accès. Je pense en particulier au réseau Internet, mais aussi aux satellites, ce sont les plus évidents. La compression et la numérisation sont arrivées. La qualité du signal de la ligne téléphonique qui passe par l'ordinateur est supérieure de jour en jour. Hier on nous a fait une démonstration de vidéo par ordinateur qui n'était pas mauvaise. Il est évident que cela ne fera que s'améliorer.

• 1640

I understand the land-based argument for fibre optics and cable—anything that's physically on your territory that you can control—but how do you regulate satellites, such as through commercial arrangements? Particularly, how do you regulate Internet, where presumably you could eventually have films and God knows what else coming through your computer? Are there some technical answers to that?

Mr. Binder: They are difficult issues, as Paul alluded to. It is not only Canadian law involved, but international law. At the end of the day, somebody owns the satellite. At the end of the day, if need be, it can be government to government. There's also the world council, regular traffic, harmonization, etc. If it's a problem to Canada, imagine what it's like in China and Russia.

There will be—there is already—a movement to try to regulate satellite traffic. I'm less concerned about that. I think we will be able to deal with obviously illegal activities such as pornography, hate literature, etc. I'm more concerned with good movies, books, and culture. Those are the kind of things that will be very difficult to stop anywhere, however, we should not necessarily stop that.

Let me back up a bit. First of all, this is not tomorrow. The people who are giving you Internet as an example of the information highway are a bit enthusiastic about this. You're not going to get film on Internet for quite a while yet.

The Chairman: However, you already have radio on Internet.

Mr. Binder: You have radio. In fact, we were one of the first ones to put it in. We put CBC radio on in our labs, but this is not yet so widely available. It will not be widely available for quite a while as a commercial service.

Je comprends votre argument d'autoroute terrestre pour les fibres optiques et le câble—tout ce qui se trouve physiquement sur notre territoire peut être contrôlé, mais comment réglementer les satellites, en vertu de quelles ententes commerciales? En particulier, comment réglementer Internet qui vous permettra éventuellement de regarder des films et Dieu sait quoi sur votre ordinateur? Y a-t-il des réponses techniques à ces questions?

M. Binder: Ce sont des questions difficiles comme Paul l'a dit tout-à-l'heure. Cela ne concerne pas uniquement le droit canadien mais aussi le droit international. Ces satellites appartiennent à quelqu'un. Il sera peut-être nécessaire de conclure des ententes entre pays. Il y a aussi le Conseil mondial, le trafic normal, l'harmonisation, etc. Si c'est un problème pour le Canada, imaginez ce que cela peut être en Chine et en Russie.

On finira par réclamer, cela se fait déjà, une réglementation du trafic des satellites. Cela m'inquiète moins. Je crois que nous finirons par trouver une solution aux activités clairement illégales comme la pornographie, la propagande haineuse, etc. Ce qui m'inquiète plus ce sont les bons films, les livres et la culture. C'est le genre de chose qu'il sera très difficile de contrôler, encore faut-il se demander si c'est vraiment nécessaire.

Permettez-moi de faire un petit retour en arrière. Pour commencer, nous ne sommes pas demain. Les gens qui vous citent Internet comme exemple de l'autoroute électronique pèchent un peu par enthousiasme. Ce n'est pas pour demain qu'Internet vous permettra de voir les films sur vos ordinateurs.

Le président: Il y a quand même déjà la radio sur Internet.

M. Binder: Il y a la radio. En fait, nous avons été les premiers à le faire. Nous avons mis la radio de Radio-Canada dans nos laboratoires mais l'accessibilité est encore assez restreinte. Il faudra attendre encore un certain temps pour que cela devienne un service commercial.

[*Text*]

While the technology is coming in, we like to use terminology such as the oxymoron "managed competition". We would like to make sure that whenever it's feasible we do introduce competition into the marketplace, because the marketplace is the best determinant about what Canadians do or do not want to see, and what they're willing to pay.

While technology is changing the environment, we should also be smart and enforce and build our capability in the culture, content, and software industries in Canada, because that's where we generate the jobs. We want to make sure the jobs themselves don't get exported. It's a very difficult kind of balancing act to not be over–regulated or completely wide open. In other words, we must do what's best for our country.

M. Racine: Je m'étais juré de ne pas prononcer le mot, mais je dois le prononcer maintenant: «droit d'auteur». Dans la mesure où il y a un marché international qui se développe et des films qui vont se promener comme cela, il y a une police internationale qui s'appelle le droit d'auteur et qui est réglementée par des traités internationaux comme ceux de Rome et de Berne. Cela veut dire qu'il faudra un policier international. Ce policier international sera le droit d'auteur. Telle est l'importance du droit d'auteur, qui nous condamne peut–être à un esclavage éternel.

À l'avenir, le droit d'auteur, à cause de cette évolution des technologies, devra sans doute être rénové de façon constante. Il n'y aura plus comme autrefois une rénovation du droit d'auteur tous les 25 ans ou tous les 50 ans. Ce sera impossible. Il faudra maintenant remettre le droit d'auteur sur le tapis devant vous presque chaque année. Il y aura toujours un nouveau phénomène, une nouvelle technologie, une nouvelle application, et il va falloir ajuster nos conduites et nos politiques en conséquence. Ce sera un phénomène constant.

[*Translation*]

Cette nouvelle technologie nous pousse à inventer des concepts contradictoires comme celui de «la gestion de la concurrence». Nous aimerions assurer chaque fois que c'est possible la concurrence sur le marché, car c'est le marché qui est le mieux à même de déterminer ce que veulent ou ne veulent pas voir les Canadiens et ce qu'ils sont prêts à payer.

Alors que la technologie change notre environnement, il faudrait que nous ayons l'intelligence de développer nos industries culturelles, notamment le contenu ainsi que nos industries logicielles car c'est dans ces domaines que seront créés les emplois de demain. Il faut nous assurer que ces emplois eux–mêmes ne soient pas exportés. Il est très difficile de trouver un juste équilibre entre la sur–réglementation et l'absence totale de réglementation. En d'autres termes, il faut faire ce qu'il y a de mieux pour notre pays.

Mr. Racine: I swore to myself that I would not utter that word, but I have to do it now: "copyright". Insofar as there is an international market that is developing and that movies will be wandering around, there is an international enforcer which is called copyright and which is regulated by international treaties such as the Rome and the Berne treaties. It means that there will have to be an international enforcer. That international enforcer will be copyright. The significance of copyright is such that we may end up eternally in bondage.

In the future, because of this changing technology, copyright will probably have to be updated on a constant basis. It won't be anymore like before when you had a copyright review once every 25 or 50 years. It would be impossible. Copyright will have to be put back on the table almost every year. There will always be a new phenomenon, a new technology, a new application, and therefore we will have to adjust our policies accordingly It will be an ongoing process.

• 1645

Il faut se souvenir que c'est un moyen international. L'Interpol de la création et de la propriété intellectuelle, c'est le droit d'auteur. À mon avis, ce sera un grand élément stabilisateur dans ce système.

Le président: C'est une question sur laquelle doit se pencher notre Comité. Vous êtes tous les deux d'accord, si j'ai bien compris.

J'aimerais poser une dernière question.

I guess my last little pop–up question is this: we've had David Ellis in here, who makes a rather compelling distinction between us as consumers and us as citizens. I remember in another context someone coming up with the aphorism that consumption is global but production is local and citizenship is local. Of course it would be tempting to say, yes, you're Mr. Citizen and you're Mr. Production. That would be unfair.

The challenge I see is that citizenship can be cultural, political, social, economic. A job is a citizenship, in a sense. It's the balancing act between all the competition Mr. Binder speaks about, which is laudable, which we're all in favour of—consumer choice. But at the end of the day consumer choice really is fruitless. Ultimate consumer choice has no boundary. It is the cheapest product from whatever source.

One must remember that it is an international tool. Copyright is the Interpol of creation and intellectual property. I think it will have a great stabilizing effect on that system.

The Chairman: It is an issue our committee must address. If I am not mistaken, you both agree.

I would like to put one last question.

Voici son contexte. Nous avons reçu David Ellis qui fait une distinction assez intéressante entre les consommateurs et les citoyens que nous sommes. Je me souviens que dans un autre contexte quelqu'un a proposé l'aphorisme suivant: La consommation est globale mais la production est locale et la citoyenneté est locale. Il serait, bien entendu, tentant de dire, oui, vous êtes M. Citizen et vous êtes M. Production. Ce ne serait pas juste.

Le défi que j'entrevois est que la citoyenneté peut être culturelle, politique, sociale, économique. Dans une certaine mesure, l'emploi est un aspect de la citoyenneté. C'est la recherche de cet équilibre entre tous les concurrents dont parle M. Binder, objectif fort louable, en faveur duquel nous sommes tous, qui permet aux consommateurs de vraiment choisir. Mais en fin de compte donnez ce choix aux consommateurs ne sert pas vraiment à grand chose. Ultimement, le choix du consommateur ne connaît pas de frontières. Ce qui l'intéresse c'est le produit le moins cher peu importe son origine.

[*Texte*]

Production is always local. Citizenship is always local. Here's a set-up question: how do you two sort out those issues amongst yourselves?

Mr. Binder: Let me start. I don't see a conflict here. You're both a citizen and you need a job. The two are inseparable. It's very hard to talk about culture when you don't have a job; your ability to enjoy culture is somewhat reduced. I do not see that the two concepts are separate. We're in fact looking for the cultural industries to generate jobs. It is one of our growth industries. There are more people going to museums than watching sports. This will continue as we all reach middle age and beyond. As far as I'm concerned, the leisure industry, the cultural industry and tourism will be growing and generating jobs in the future.

The key here is how we maintain what we've started to build historically and make sure we continuously support this growth industry. At the same time whole new services are going to come and be delivered to Canadians in training, in self-education, in exposure to different cultures from abroad. I think it's an enhancement of your perspective in life. I don't think they are incompatible with each other.

The Chairman: I'm not so sure. The problem is that if you look at the forces of GATT, the free trade agreement, NAFTA, the market that Mr. Solberg embraces, consumer choice—all of that is fundamentally footloose. All of that is fundamentally directed toward individual consumer choice. It is fundamentally directed away from the importance of production, the importance of jobs, the importance of local culture and the importance of local citizenship.

Mr. Racine: If your assumption is that the consumer is very nimble and will automatically choose something that is foreign, I don't think it's true. As a matter of fact, if you look at what is happening all over the world in broadcasting, people have a clear tendency to turn to their own product when it's available first. We don't have to go around the world to see this; we can see it in Canada.

• 1650

You see constantly, regularly, francophones in this country turning massively to Canadian-produced programs. They do that. You don't have to force them, you don't have to beat them with a stick. They do that spontaneously. In English Canada it's a little bit different, because they have the same language as the Americans, so we have the commercial pressure. But each time the CBC—or CTV for that matter—has produced a high-quality drama series, it's had tremendous success. People flock and watch it in great numbers.

In other countries people do the same. In France the whole family gathers around the set to listen to a bunch of writers who talk together. But that's their culture, that is what they like; they like to see writers shouting at each other—maybe we should have more of that.

In other countries where there's no cultural offering on the television set, they still turn to their own culture, but instead of applauding cultural creations, they applaud the soccer game. That becomes their only *raison d'être*. That becomes the

[*Traduction*]

La production est toujours locale. La citoyenneté est toujours locale. Quelle solution proposez-vous à ce dilemme?

M. Binder: Permettez-moi de commencer. Je ne vois pas de dilemme. Nous sommes à la fois citoyens et nous avons besoin de travailler. Les deux sont inséparables. Je crois très difficile de parler de culture quand on n'a pas de travail; la capacité de jouir de la culture est assez limitée. Je ne vois comment ces deux concepts peuvent être séparés. Nous attendons des industries culturelles qu'elles créent des emplois. C'est une de nos industries de croissance. Il y a plus de visiteurs dans les musées que de spectateurs dans les stades. Quand nous aurons dépassé la quarantaine ce sera encore plus flagrant.. en ce qui me concerne, l'industrie des loisirs, l'industrie culturelle et le tourisme continueront de croître et seront les créateurs d'emplois de demain.

L'important est de trouver les moyens de perpétuer cette dynamique historique et de soutenir la croissance continue de cette industrie. Simultanément, toute une nouvelle gamme de services va être offerte aux Canada qui leur permettra de se former, de s'éduquer à domicile, de s'ouvrir aux cultures étrangères. J'estime que nos perspectives de vie ne pourront qu'en être valorisées. Je ne pense pas qu'il y ait incompatibilité entre les deux.

Le président: Je ne suis pas si sûr. Si l'on tient compte des forces du GATT, de l'accord de libre-échange, de l'ALÉNA, du marché qui plaît tant à M. Solberg, du choix donné aux consommateurs—tout cela est pour l'essentiel libre de toute attache. Tout cela, pour l'essentiel vise le choix individuel du consommateur. Tout cela nie l'importance de la production, l'importance du travail, l'importance de la culture locale et l'importance de la citoyenneté locale.

M. Racine: Si vous supposez que le consommateur est Suffisamment agile pour choisir automatiquement un produit étranger, je crois que vous vous trompez. Dans le monde entier, en matière de radiodiffusion, on s'aperçoit de plus en plus que les populations ont clairement tendance à choisir leurs produits nationaux s'ils sont accessibles. Il ne faut pas chercher ailleurs; cette tendance est évidente au Canada.

Dans notre pays, on voit régulièrement les francophones se tourner massivement vers la programmation canadienne. Ils le font. On n'a pas besoin de les forcer, de les y obliger. Ils le font spontanément. Au Canada anglais, c'est un peu différent, parce qu'ils ont la même langue que les Américains. Il y a donc des pressions commerciales. Mais chaque fois que le réseau anglais de Radio-Canada—ou bien le réseau CTV réalise une série dramatique de haute qualité, c'est un grand succès. Beaucoup de monde se précipite pour le regarder.

C'est la même chose dans les autres pays. En France, toute la famille se réunit autour du poste de télévision pour écouter des écrivains discuter ensemble. C'est leur culture, c'est ce qu'ils aiment; ils aiment bien voir les écrivains se crier après—peut-être devrait-on avoir plus d'émissions de ce genre.

Dans d'autres pays où il n'y a pas de programmation culturelle à la télévision, les gens se tournent quand même vers leur culture, mais au lieu de se réjouir de créations culturelles, ils regardent des match de foot. Ça devient leur seule raison

[*Text*]

number one show in every country where there's no cultural product on the television set. They are not very strong on production in Argentina; I've seen that. But let me tell you, when there's a soccer game on the country stops, and if they lose there's a *coup d'état*. They want to see themselves, so if they can't see themselves in drama, they will see themselves in sports. But they will look at themselves.

The Chairman: Thank heavens, we're much better behaved when we lose hockey games in Canada, for instance.

C'est Montréal qui a établi la tradition, et Vancouver l'a suivie.

C'est un miracle qu'il nous reste encore du temps. Monsieur Ménard.

M. Ménard (Hochelaga—Maisonneuve): C'est parce que vous avez la foi, monsieur le président. Je vais me joindre à vous pour souhaiter la bienvenue à nos invités. J'aimerais reprendre l'intervention de ma collègue, M^me^ Tremblay.

Je me suis d'abord intéressé à l'autoroute électronique sous l'angle du ministère de l'Industrie, puisque c'est mon dossier au cabinet fantôme.

J'ai aussi des indications sérieuses qui me donnent à penser que le ministère de l'Industrie est en train de revoir ou de préparer une réglementation qui permettrait à l'industrie de la téléphonie de faire directement concurrence aux câblodistributeurs. Je ne porte pas de jugement là–dessus, pas plus que vous. C'est le Cabinet qui décidera, la Chambre sera saisie de la décision et on fera le débat en conséquence.

Avez–vous, au ministère de l'Industrie, des études qui permettent d'évaluer l'ampleur de cette déréglementation si jamais elle a lieu? Je suis sûr qu'elle est envisagée. Jusqu'où va–t–elle aller? Cela fait partie de l'univers politique, et ce n'est pas la question que je vous pose. Est–ce qu'il y a des études qui nous permettraient, comme Comité, d'avoir de l'information préliminaire sur ce qui s'en vient dans le domaine de la déréglementation, sous l'angle de l'intérêt du consommateur? Il y a peut–être aussi des études au Patrimoine canadien, mais il y en a certainement à Industrie Canada.

M. Binder: On n'a pas d'études comme telles, mais il y a beaucoup de discussions, qui sont suivies par les États–Unis, par exemple. Le problème n'est pas la question des études. La question est de savoir ce qu'on va proposer au gouvernement et à l'industrie.

If I had to talk about philosophy for a second—I shouldn't talk about telecommunications; let me talk about philosophy.

People ask themselves, with the new technology that's coming about, what is the comparative model for Canada? The Americans are now talking about a comparative model. They're talking about telephone companies in one area buying cable companies and competing in another telephone area.

Industry itself keeps asking, where will the competition be eventually in Canada? What is the model that 20 years from now—let's not talk about now, let's talk about 20 years from now. What would be the comparative model in Canada? When

[*Translation*]

d'être. C'est l'émission numéro 1 dans chaque pays où il n'y a pas d'émissions culturelles à la télévision. En Argentine, la production n'est pas leur fort, je le sais. Mais je vous le dis, lorsqu'il y a un match de football à la télévision tout le pays s'arrête, et si les joueurs argentins perdent, il y a un coup d'État. Ils veulent se voir, donc s'ils ne peuvent pas se voir dans des séries dramatiques, ils se verront dans les sports. Mais ils se regardent.

Le président: Dieu merci, nous nous comportons beaucoup mieux lorsque nous perdons des match de hockey ici au Canada, par exemple.

Montreal established the tradition, and Vancouver followed it.

It's a miracle that we still have time left. Mr. Ménard.

Mr. Ménard (Hochelaga—Maisonneuve): It's because you have faith, Mr. Chairman. I'd like to join you in welcoming our guests. And I'd like to pick up where my colleague Mrs. Tremblay left off.

Initially, I became interested in the electronic highway from the Minister of Industry's point of view, since that's my responsibility in the shadow Cabinet.

There are also serious indications that lead me to believe that the Minister of Industry is in the process of reviewing or preparing regulations that would enable the telephone industry to enter into direct competition with cable companies. I'm not passing judgment, not any more than you are. Cabinet will decide. The decision will be before the House, and there will be a subsequent debate.

At the Department of Industry, are there studies to evaluate the scope of this deregulation if it should happen? I'm sure that it's in the plans. How far will it go? It's part of the political world, and that's not the question I'm asking you. Are there studies that would enable us as a committee to obtain preliminary information on what we should expect in terms of deregulation, in the consumer's interest? There may also be studies at Heritage Canada, but I'm sure that Industry Canada has some.

Mr. Binder: There are no studies as such, but there have been a lot of discussions, that the United States for example, have been following. This is not an issue of studies. The question is knowing what we should suggest to the government and to the industry.

Je voudrais pendant quelques instants vous parler de philosophie car je ne devrais pas parler de télécommunications; permettez–moi donc de vous parler de philosophie.

Les gens se demandent, avec l'arrivée de nouvelles technologies, quel sera le modèle comparatif pour le Canada? Les Américains parlent actuellement d'un modèle comparatif. Ils parlent de compagnies téléphoniques qui achètent des compagnies de câblodistribution dans une région et qui font concurrence dans une autre région avec une compagnie téléphonique.

L'industrie ne cesse de se demander où se livrera le cas échéant, la concurrence au Canada. Quel sera le modèle qui sera en place dans 10 ans—ne parlons pas de maintenant, mais plutôt de la situation dans 20 ans. Quel sera le modèle

[*Texte*] [*Traduction*]

the cable companies now are delivering electronic mail to the home and home shopping—I'm not talking about a cultural product, I'm talking about home shopping, a real estate network—should telephone companies be allowed to do that? In the booklet I gave you we posed a lot of those questions. We gave it to the advisory council to ponder upon and to advise the government as to what should be the competitive model for Canada.

comparatif au Canada? Actuellement, les câblodistributeurs fournissent des services de courrier électronique à domicile et de téléachat—je ne parle pas de produits culturels, mais plutôt de téléachat, d'un réseau de vente de biens immobiliers—est-ce que les compagnies téléphoniques devraient être autorisées à le faire? Dans la brochure que je vous ai remise, nous avons posé toutes ces questions. Nous l'avons donnée au Conseil consultatif pour qu'il puisse l'étudier et ensuite conseiller le gouvernement sur la forme que devrait prendre le modèle compétitif pour le Canada.

• 1655

M. Ménard: Ce que vous me dites m'inquiète un peu. On a salué la composition du comité consultatif, qui nous apparaissait comme un heureux équilibre, bien qu'on ait un peu l'impression qu'on a négligé ceux qui vont produire le matériel qui sera directement en circulation sur l'autoroute.

Je crois que le comité consultatif a un rôle. En raison même de ce que disait M^me^ Brown sur les impacts qu'on peut anticiper dans la mise en oeuvre de l'autoroute de l'information, je ne peux pas m'imaginer que votre ministère n'a pas fait d'études ou n'a pas de données, ne serait-ce que sur la question de l'effet du cadre réglementaire. Plusieurs témoins nous ont dit avant vous qu'une menace pesait au niveau des emplois liés au secteur des services. Si, comme individu et comme consommateur, je peux ne plus aller à la banque directement, mais payer automatiquement mes comptes à la maison, il y a des pans entiers de l'économie qui vont tomber, et le législateur devra faire des choix.

Je ne crois pas que l'évaluation de ces conséquences va se faire par le comité consultatif en raison des moyens qu'il a à sa disposition. Je pense que cela doit venir d'études d'impact qui doivent être faites par votre ministère. J'étais convaincu qu'il y en avait. Vous n'êtes pas obligé de tout me révéler, car il peut exister des secrets entre nous, mais j'étais convaincu qu'on était en train d'évaluer ces choses. Si on ne le fait pas, il y a des raisons de s'inquiéter.

M. Racine: Est-ce que je peux répondre à votre question?

M. Ménard: Oui, monsieur Racine. C'est un plaisir de vous écouter parce que vos réponses sont profondes.

M. Racine: Je voulais simplement vous souligner qu'en ce qui concerne la relation entre les compagnies de téléphone et les compagnies de câble, il s'agit évidemment d'un problème de politique de radiodiffusion. Pourquoi dis-je que c'est un problème de politique de radiodiffusion? Pour la simple raison que rien n'empêche un radiodiffuseur, quel qu'il soit, d'aller en télécommunications. Pourvu qu'il satisfasse aux conditions de la Loi sur les télécommunications, il peut faire ce qu'il veut. Il peut aller faire approuver ses tarifs par le CRTC. Il n'y a pas d'obstacles à cela. Si une compagnie de téléphone veut aller en radiodiffusion, il y a en ce moment tout un livret d'obstacles. J'en ai mentionné quelques-uns: des lois, des règlements et des directives du gouverneur général.

Je ne vous dirai pas ce que les ministres sont en train de décider, mais quels sont les trois éléments du problème?

Mr. Ménard: What you're saying concerns me somewhat. We acknowledged the setting-up of the advisory committee, which seems to privide a nice balance, even though we somewhat feel that the people who are actually going to produce the material that we will be directly distributed on the highway seem to have been neglected.

I think that the advisory committee has a role to play. Because of the very reasons that Mrs. Brown gave on the impact that we can expect from the implementation of the information highway, I can't imagine that your department has not conducted studies or does not have data, at least on the possible effect of a regulatory framework. Several previous witnesses have told us that jobs linked to the service sector could be in jeopardy because if, as an individual and as a consumer, I no longer need to go to the bank and I can pay my bills from home, entire segments of the economy will disappear and the legislator will have choices to make.

I don't think that the advisory committee can carry out an evaluation of these consequences, because of the means available to it. I think that the evaluation must be the result of impact studies that should be carried out by your department. I'm convinced that there are some. You don't have to tell me everything, because there can be secrets between us, but I'm convinced that these issues are being evaluated. If they're not, then we might have cause for concern.

Mr. Racine: May I answer your question?

Mr. Ménard: Yes, Mr. Racine. I would be glad to hear your answers, because they are so profound.

Mr. Racine: I just wanted to point out that in terms of the relationship between telephone and cable companies, there is obviously a problem with broadcasting policy. Why do I say that? For the simple reason that nothing prevents a radio broadcaster, whoever he is, from moving into telecommunications. Provided that he satisfies the conditions stipulated in the Telecommunications Act, he can do whatever he wants. He can get his rates approved by the CRTC. There are no difficulties. On the other end, if a telephone company wants to move into broadcasting, there are a host of obstacles. I've mentioned some: legislation, regulations, and directives from the Governor General.

I can't tell you what ministers will decide, but what are the three main components of the problem?

[*Text*]

Le premier élément du problème pour nous, c'est le contenu. On trouve le contenu culturel important et on dit qu'il faut maintenir, quel que soit le système, des façons de contrôler le contenu culturel canadien si on veut qu'il y en ait. S'il n'y a pas de système de contrôle, il n'y aura pas de contenu culturel canadien.

La deuxième question en est une d'équité dans la concurrence. Les compagnies de téléphone au Canada, dans leur ensemble, représentent environ 16 milliards de dollars de revenus annuellement et les compagnies de câble, dans leur ensemble, représentent deux milliards de dollars de revenus. C'est une puce et un cheval, et il va donc falloir regarder cela de près.

Troisièmement, il y a la question de la propriété que j'ai mentionnée. On trouve qu'il est important, et en télécommunications et en radiodiffusion, que les Canadiens contrôlent leurs systèmes. Il faudra s'assurer que le nouveau régime ne nous fasse pas perdre le contrôle de nos systèmes. Si ce n'est pas nous qui les contrôlons, ce sera quelqu'un d'autre. C'est peut–être profond, cela aussi, mais si on veut garder le contrôle, il faut penser.

Ce sont les trois éléments du problème. Comment ces trois éléments seront–ils mélangés dans une recette magique?

M. Ménard: Mais vous êtes d'accord avec moi, et c'était d'ailleurs la quintessence du rapport Ostry, pour dire que le cadre réglementaire ne permet pas actuellement une mise en oeuvre saine de l'autoroute électronique, avec les garanties qu'on est en droit d'attendre pour le consommateur, à moins que je ne fasse un abus de langage.

[*Translation*]

The first component, in our opinion, is content. We believe that cultural content is important, and whatever the system, there must be ways to maintain control over Canadian cultural content if we want to have some. If there is no control, there will be no Canadian cultural content.

The second issue is one of equity in competition. Telephone companies in Canada, on the whole, account roughly for $16 billion in annual revenue, and cable companies, on the whole, $2 billion. This is a David and Goliath type situation, and it must be closely examined.

Thirdly, there is the issue of ownership that I already mentioned. We believe that it is important in the telecommunications and broadcasting industries, that Canadians have control over their own systems. We must ensure that the new regime does not make us lose control over our systems. If we don't control them, someone else will. That may be profound, but if we want to maintain control, we have to think about it.

These are the three elements of the problem. How are they going to be turned into a magic formula?

Mr. Ménard: You agree with me; and that's the quintessence of the Ostry report, saying that the existing regulatory framework will not allow the electronic highway to develop soundly, with the guarantees that we have the right to expect for consumers, unless I am mistaken.

• 1700

M. Racine: Pour les consommateurs, c'est autre chose. Sur le contenu canadien et la propriété, je crois que les instruments sont là. Pour le consommateur, il y a des aspects. . .

M. Ménard: Monsieur Racine, pensez–vous que les outils dont on dispose pour le contrôle nous permettraient d'éviter ce qu'on pourrait appeler une espèce de pornographie du fil optique?

M. Racine: Je m'excuse. Je vais laisser M. Binder répondre. Je parlais tout à l'heure des services culturels. Évidemment, tout dépend de la définition qu'on en donne, mais je ne parlais pas tout à fait de cela.

Mr. Binder: There have been endless studies done on most of those issues. In the old Department of Communications we did at least three of those studies. In fact, we had a task force that was chaired by Mr. Hank Intven and Robert Ménard about convergence. A mountain of paper was put on the table. Any time you would like some real research and bedtime reading, we'll send you a couple of truckloads of studies, both from Canada and the United States, and expert testimony on this subject.

We have most of the instruments we need to manage this. We have a brand–new telecommunications act, we have a relatively new Broadcasting Act and a Radiocommunication Act. The Americans are trying to get their own house in order to do this. We now have the ability to regulate pornography. It's illegal to have pornography by whatever means. What we haven't figured out yet is how to apply some of those laws in a practical way.

Mr. Racine: As for the consumers, it's another story. About the Canadian content and ownership, I think the instruments are there. With regard to the consumers, there are some aspects. . .

Mr. Ménard: Mr. Racine, do you think that the instruments of control that we have now would allow us to avoid what we could call a kind of pornography on fiber optics?

Mr. Racine: I am sorry. I will let Mr. Binder answer your question. I was talking earlier of cultural services. Of course, it all depends how you define them, but I was not quite talking about the same thing.

M. Binder: Il y a eu des tonnes d'études sur la plupart de ces questions. À l'ancien ministère des Communications, nous en avons fait au moins trois. En fait, nous avons eu un groupe d'étude sur la convergence, qui était présidé par MM. Hank Intven et Robert Ménard. Une montagne de documents lui ont été soumis. Si vous voulez avoir de la vraie recherche et de la lecture de chevet, n'hésitez pas à nous le faire savoir. Nous vous enverrons deux ou trois pleins camions d'études, réalisées aussi bien au Canada qu'aux États–Unis, ainsi que des témoignages d'experts sur ce sujet.

Nous avons la plupart des instruments dont nous avons besoin pour assurer ce contrôle. Nous avons une toute nouvelle loi sur les télécommunications et aussi des lois relativement nouvelles sur la radio–diffusion et sur la radio–communication. Les Américains essaient de mettre de l'ordre dans ce secteur chez eux aussi. Nous sommes maintenant en mesure de réprimer la pornographie. La pornographie est illégale, peu importe le support qu'on utilise. Ce qui reste à résoudre, c'est la façon d'appliquer certaines de ces lois en pratique.

[*Texte*]

That's the political debate that has to be taken. We know where the problems are. We know some of the options for the solutions. Now we need to open up a wide consultation and determine whether we can get a consensus in this country on how to move forward.

M. Ménard: Serait-il possible de demander à la greffière de nous procurer la liste de ces études?

Le président: Est-ce un document public?

M. Binder: Il n'y a pas de problèmes.

We'll keep you posted if we hear anything.

Mr. Solberg: Even if we could regulate the information highway to the degree you suggest—and with due respect, I don't think we can—the regulations in this country seem really arbitrary to me. I point to some of the regulations with respect to radio and TV, where we say if a program is produced in Canada it's Canadian.

You get programs like *E.N.G.* or *Street Legal*, which we congratulate ourselves for. They're good programs, but they don't seem very distinctively Canadian to me. Certainly they're produced in Canada, they have Canadian actors and all that kind of thing, but *Street Legal* looks like *L.A. Law* or *E.N.G.* looks like it could be an American program. The only thing that makes it different is you have an Ontario Provincial Police person in it instead of an American cop.

It makes all the rules seem very arbitrary. I wonder about the effect of them sometimes. Do they make a contribution to the distinctiveness of Canadian culture?

Mr. Racine: When I was young and watched television, I really thought the cowboys were Americans and all the policemen were American policemen, because I never saw an RCMP agent on my screen. I never saw anybody who looked like a Canadian on the screen, so I thought the whole world was American. On top of that, I was living not too far from the American border near Sherbrooke. I was a little bit puzzled because all the people across the border were my relatives, so I thought we were Americans. I thought those in the United States spoke French, too. We never saw anything that looked like Canada.

So yes, it does matter to me when the judge is dressed like a Canadian judge and a policeman is dressed like a Canadian policeman and when there's a Canadian flag instead of the stars and stripes. Yes, it does make a difference. If Canadian children never see anything that looks Canadian on the screen, you don't expect them to get out of school and get out of their homes and then want to read a Canadian book or listen to a Canadian record or a Canadian film. I think it makes a lot of difference, but it doesn't mean that every Canadian program should have a beaver and maple syrup in it.

[*Traduction*]

Or, cette question relève du débat politique. Nous savons où sont les problèmes. Nous connaissons certaines des solutions pour régler les problèmes. Il nous reste maintenant à consulter le plus grand nombre de gens possible pour déterminer si nous pouvons parvenir à un consensus sur la forme d'action à prendre.

Mr. Ménard: Would it be possible to ask the Clerk to provide us with the list of these studies?

The Chairman: Is it a public document?

Mr. Binder: That's all right.

Nous vous tiendrons au courant si nous entendons parler de quelque chose.

M. Solberg: Même s'il était possible de réglementer l'autoroute de l'information dans la mesure où vous le dites—et je dirai avec déférence que je ne pense pas que ce soit possible—,la réglementation canadienne à cet égard me semble vraiment arbitraire. C'est le cas notamment de certains réglements concernant la radio et la télévision, où nous définissons comme Canadien un programme qui est réalisé Au Canada.

Prenez les émissions comme *E.N.G.* et *Street Legal*, dont nous sommes fiers. Ce sont de bonnes émissions, mais, à mon avis, elles ne sont pas typiquement canadiennes. Bien sûr, elles sont réalisées au Canada, elles font intervenir des acteurs canadiens etc. mais *Street Legal* ressemble beaucoup à *L.A. Law*, et *E.N.G.* aurait fort bien être un émission américaine. Le seul élément qui rend ces émissions différentes est qu'on y voit un agent de la police provinciale de l'Ontario plutôt qu'un flic américain.

Cela me donne l'impression que toutes les règles sont très arbitraires. Je me demande parfois à quoi elles servent. Font-elles vraiment ressortir le caractère distinctif de la culture canadienne?

M. Racine: Quand j'étais jeune et que je regardais la télévision, je pensais vraiment que les cow-boys étaient américains et que tous les policiers étaient des policiers américains, car je n'avais jamais vu un agent de la GRC à l'écran. Je n'avais jamais vu personne qui ait l'air d'un Canadien à l'écran; je pensais donc que le monde entier était américain. Sans compter que j'habitais pas loin de la frontière américaine, près de Sherbrooke. J'étais un peu perdu, car les membres de ma parenté habitaient tous de l'autre côté de la frontière je pensais donc que nous étions tous Américains. Je pensais aussi que ceux qui habitaient aux États-Unis parlaient français. On ne nous montrait jamais rien qui ressemblait au Canada.

Oui, bien sûr il m'importe que le juge porte une toge comme les juges canadiens, qu'un policier soit habillé comme un policier canadien et que flotte un drapeau canadien plutôt que la bannière étoilée. Oui, cela fait une différence. Si les enfants canadiens ne voient jamais rien à l'écran qui a l'air d'être canadien, il ne faudrait pas s'attendre que lorsqu'ils quittent l'école ou la maison, ils veuillent lire des ouvrages canadiens ou écouter des disques ou des films canadiens. Je pense que ça fait toute une différence, mais cela ne veut pas dire que toutes les émissions canadiennes doivent montrer des castors ou du sirop d'érable.

[*Text*]

We take for granted that if Canadians make programs, sometimes it will be a reflection of the society they're in, but if they want to talk about something else. . .you know, if a Canadian had made *Jurassic Park*. . . There was nothing specifically American in *Jurassic Park*; as a matter of fact, it should have been shot in Alberta because there are a lot more dinosaurs in Alberta than in the United States.

Mr. Solberg: I agree.

The Chairman: He's from Alberta.

Mr. Racine: They have the best dinosaurs in the world. As a matter of fact, all the software was Canadian. It was from Montreal—Softimage. It was sold to the Americans three months later.

Of course there was nothing specifically Canadian, but we would have been delighted if a Canadian producer had produced *Jurassic Park*, and if he had made $1 billion doing it, I don't think we would have said, gee whiz, there was nothing specifically Canadian. The dinosaurs didn't have a maple leaf on their label.

The Chairman: Well, they would have been more reticent and apologetic dinosaurs. Mr. Binder.

Mr. Binder: I think this is a really important point, however, to remember. You need to employ your artistic community. You have to provide jobs for them to stay in Canada. The jobs have to be continuous and they have to have a career. If that means you have to homogenize some of your product to be able to sell it abroad, so be it. But without jobs, you will not have an artistic community. That's point number one.

Point number two is that anybody who doesn't believe Canadian content rules actually created recorded music in this country should go and talk to the sound recording industry. The Bryan Adams and the Corey Harts of this world were by and large supported by some of the programs my colleague here has run for quite a while.

Mr. Solberg: [*Inaudible—Editor] didn't agree, though.*

Mr. Binder: Now that he's a star he has the ability to hire writers from abroad. But I have to say that we need to build a critical mass of artistic community in this country, we need to deploy whatever instrument is within our ability. Right now we can regulate it. It may not be forever, but for as long as we can in a reasonable fashion support our Canadian community while we're building this new highway or information concept—that's what I mean by managed competition. You should introduce this slowly while you continue to support your industries.

Mr. Racine: I have just one word. Canadian content does create jobs. It creates jobs in two ways. First of all, it creates jobs when we make Canadian content in Canada, but it creates jobs in another very interesting way. It does create in this country the infrastructure that allows us at this moment to be one of the most important places on the surface of this planet where they shoot American films.

[*Translation*]

• 1705

Selon nous il va de soi que si ce sont des Canadiens qui réalisent des émissions, ils auront tendance à refléter la société dans laquelle ils vivent, mais s'ils veulent montrer autre chose. . . Vous savez, si c'était un Canadien qui avait tourné *Jurassic Park*. . . Il n'y avait rien de particulièrement américain dans de film–là. À propos, il aurait pu être tourné en Alberta, car il y a bien plus de dinosaures en Alberta qu'aux États–Unis.

M. Solberg: Je suis d'accord.

Le président: Il vient de l'Alberta.

M. Racine: L'Alberta compte les meilleurs dinosaures au monde. À propos, toute la technique informatique était canadienne. Elle venait de Montréal—de Softimage. Cette technique a été vendue aux Américains trois mois plus tard.

Bien sûr, il n'y avait rien de spécifiquement canadien dans ce film, mais nous aurions été heureux que ce soit un réalisateur canadien qui tourne *Jurassic Park*; et si ce film lui avait rapporté un milliard de dollars, je ne pense pas que nous nous serions dit qu'après tout il n'y avait rien de spécifiquement canadien là–dedans. Les dinosaures n'arboraient pas la feuille d'érable sur leur étiquette.

Le président: Il aurait fallu que ce soit des dinosaures plus réservés et plus repentants. Monsieur Binder.

M. Binder: Je pense que c'est un point vraiment important à se rappeler, cependant. Nous devons fournir du travail à la communauté artistique. Il faut donner des emplois aux artistes pour les garder au Canada. Ces emplois doivent être stables et leur donner espoir de faire carrière. S'il faut pour cela homogénéiser une partie de notre production pour pouvoir la vendre à l'étranger, soit. Mais sans emplois, il ne peut y avoir de communauté artistique. Voilà pour mon premier point.

Mon deuxième point est que ceux qui ne croient pas que les règles sur le contenu canadien ont effectivement favorisé l'essor de la musique canadienne n'ont qu'à aller voir ce qu'en pense l'industrie du disque. C'est en grande partie grâce aux émissions du genre de celle que mon collègue anime depuis un bon bout de temps que des artistes comme Brian Adams et Corey Hart ont réussi à percer.

M. Solberg: [*Inaudible—Éditeur*] n'est pas d'accord, cependant.

M. Binder: Maintenant qu'il a atteint la renommée, il peut engager des auteurs étrangers. Mais je tiens à dire que nous devons favoriser l'émergence d'une communauté artistique dynamique au Canada, et que nous devons utiliser les moyens voulus pour le faire dans la mesure de nos capacités. Pour l'instant, nous pouvons réglementer le contenu canadien. Nous ne le pourrons peut–être pas toujours, mais, tant que nous pourrons raisonnablement soutenir notre communauté canadienne tout en mettant sur pied ce nouveau réseau d'information ou ce nouveau concept d'autoroute électronique—c'est ce que j'entends par gestion de la concurrence—,nous devrons être vigilants et user de modération tout en continuant d'encourager nos industries.

M. Racine: J'aurais juste un mot à ajouter. Le contenu canadien crée des emplois. Il les crée de deux façons. Premièrement, il crée des emplois quand nous produisons au Canada un contenu canadien, mais il en crée aussi d'une autre façon très intéressante. Il contribue à mettre sur pied l'infrastructure qui nous permet à ce moment–ci d'être l'un des plus importants endroits sur cette planète où l'on tourne des films américains.

[*Texte*]

In British Columbia, if you go to Vancouver you can't run a block without seeing a guy running with a gun. At first I thought it was a very violent city but they're shooting a series on every corner. It's just a scene from some film.

The same thing occurs in Montreal. Hundreds of millions of dollars are being spent in Canada now, at first on shooting the film, then on post-production work. So it is as important and it is as good as having Japanese, Koreans, and Americans making cars in Canada. They mimic Japanese, Korean, and American cars in Canada, but we are very happy to have them making them here in Canada.

Well, we should be as happy having them make all their films in Canada. But why do they come? Because we have very good producers, we have very good directors, very good cameramen, very good people of all trades who can accommodate that industry. It creates jobs at many levels. It is very important in British Columbia right now. It is very important in Montreal.

[*Traduction*]

À Vancouver, en Colombie-Britannique, on ne peut faire un coin de rue, sans voir un gars qui s'enfuit avec un fusil. Au début, je pensais que c'était une ville très violente, mais la réalité, c'est qu'on filme des séries à chaque coin de rue. On tourne tout simplement une scène pour un film quelconque.

C'est la même chose à Montréal. Des centaines de millions de dollars sont dépensés au Canada à l'heure actuelle, initialement pour le tournage du film et ensuite pour le travail d'après production. C'est donc aussi important et aussi utile que d'avoir des Japonais, des Coréens et des Américains qui fabriquent des autos au Canada. Ces étrangers reproduisent les modèles d'automobiles japonaises, coréennes et américaines au Canada, mais nous sommes très heureux qu'ils les fabriquent ici au Canada.

Eh bien, nous devrions être tout aussi heureux que les Américains viennent trouver tous ces films au Canada. Mais pourquoi viennent-ils ici? Parce que nous avons d'excellents directeurs, d'excellents réalisateurs, d'excellents cameramen, des gens de métier très compétents qui rendent service à cette industrie. L'industrie cinématographique crée des emplois à bien des niveaux. C'est très important en Colombie-Britannique à l'heure actuelle. C'est aussi très important à Montréal.

• 1710

The Chairman: I'm afraid we're going to have to move along to the final, gripping, intense, but brief question from Mr. Roger Gallaway.

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): Actually I have a small question in a more general way. You have just mentioned the artistic community. I understand in the last Parliament there was something called Bill C-7 that passed, which required the setting up of something called the Canadian Artists Tribunal, which was to be set up on April 1, I believe, by the Department of Canadian Heritage.

Mr. Racine: Yes.

Mr. Gallaway: I also understand it hasn't been set up. Can you tell me when it will be?

Mr. Racine: Yes. It will be set up. We spent the last few weeks finding the money to make it work. Now we have the money. It is going to be a combined effort by the Department of Canadian Heritage and the Department of Human Resources Development. They have the money, and they have the chairperson, Mrs. Marie Poulin. She told me that she's ready to go as soon as we have appointed the three or four people she needs to complete our tribunal, so it should be any day now.

Mr. Gallaway: So would you say by September 1, then?

The Chairman: No problem.

Mr. Racine: The appointment process is the only thing that seems to stand between them and implementation.

Mr. Gallaway: Following on what Mr. Solberg had to say, you talked here today about having Canadian content and that we should be concerned about control of Canadian content. We have heard here also that the information highway is a virtual

Le président: J'ai bien peur que nous soyons maintenant obligés de passer à la dernière question, à celle de M. Roger Gallaway, qui sera lancinante, intense, mais brève.

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): À vrai dire, j'ai une petite question à poser, d'ordre plus général. Vous avez parlé tout à l'heure de la communauté artistique. Sauf erreur, au cours de la dernière législature, on a adopté ce qu'on a appelé le projet de loi C-7, qui devait pourvoir à la création d'un organisme appelé le Tribunal canadien de relations professionnelles artistes-producteurs, organisme qui devait être mis sur pied le 1er avril, je crois, par le ministère du Patrimoine canadien.

M. Racine: Exactement.

M. Gallaway: Je crois savoir également que cet organisme n'a pas encore été mis sur pied. Pouvez-vous me dire quand il le sera?

M. Racine: Oui. Il sera effectivement créé. Nous avons passé les dernières semaines à essayer de trouver les fonds nécessaires pour lui permettre de fonctionner. Nous avons maintenant les crédits voulus. Il relèvera conjointement du ministère du Patrimoine canadien et du ministère du Développement des ressources humaines. Ils ont les crédits et ils ont la présidente, qui est Mme Marie Poulin. Elle m'a dit qu'elle était prête à se mettre à l'oeuvre dès que nous aurons nommé les trois ou quatre personnes dont elle a besoin pour former le tribunal. Ce n'est donc qu'une question de jours.

M. Gallaway: Il pourrait donc voir le jour d'ici le 1er septembre?

Le président: Sans aucune difficulté.

M. Racine: Tout ce qui retarde, c'est le processus de nomination.

M. Gallaway: Pour enchaîner sur la question de M. Solberg, vous avez parlé aujourd'hui de l'importance du contenu canadien et de la nécessité que nous en gardions le contrôle. On a aussi dit ici que l'autoroute électronique permettait à

[*Text*]

free flow of information. At this point I'm not even certain I know what the information highway is. We've also heard from various interest groups. We've heard from the Canadian cable groups, who seemed to indicate they liked the status quo. We've also heard from you today that there are 400,000 people who are receiving "illegal" signals on satellites. I believe that's what you said, that there are a large number of people who have satellite dishes, in any event—

Mr. Racine: But it's not illegal.

Mr. Gallaway: All right. It's not illegal to have a satellite dish, but it is illegal to have a decoder.

Mr. Racine: It is illegal if you did not buy your decoder.

Mr. Gallaway: When you talk about the information highway and you talk about controlling Canadian content, having this overlying or underlying theme of free flow of information, when does the regulation business in terms of content become something akin to censorship?

Mr. Racine: First of all, I believe the regulatory process we have in Canada is very open, so it is not something that is done in secret. It is not a star chamber. It is a very open process. When there is a discussion at the CRTC about the advisability of giving a licence to a particular channel, a particular service, the merit of the petition is debated openly. I think the openness of the process, the democratic aspect of the process, is one guarantee that we will not fall into censorship.

On the one hand there is the freedom necessary for the creative process. On the other hand there is also the protection of a series of groups in society, of children against violence, for instance. Violence, I would think, is certainly one case where everybody agrees it is is no good, but you've seen that when it came to actually trying to figure out what to do against violence on television we ran smack into that debate—what is censorship? Are you going to say that *The Road Runner* is violent? A lot people said that *The Road Runner* is the most violent show on television, with the roadrunner and the coyote. Some people said it's very violent and it should be banned. Other people said you cannot use the campaign against violence to censor programs.

• 1715

So I think we have evolved a very good Canadian solution. We now have voluntary codes for broadcasters, cable distributors, and very soon, specialty service providers. It's an open process. It's the best guarantee. If somebody is going to try to impose a McCarthy era type of tyranny, it will be done in public and it will be denounced and combated in public. I think that's the best answer I can give.

The Chairman: I'm afraid I'm going to have to pull things to a conclusion. I'm delighted we managed to escape the vote until this time. It's been dancing on the volcano here.

[*Translation*]

l'information de circuler à peu près sans contraintes. Pour le moment, je ne suis même pas certain de savoir ce qu'est l'autoroute de l'information. Nous avons également entendu les témoignages de divers groupes d'intérêts. Nous avons eu les dépositions des câblodistributeurs canadiens qui semblaient favoriser le statu quo. Vous nous avez aussi dit aujourd'hui qu'environ 400 000 personnes recevaient «illégalement» les signaux par satellite. Je pense que c'est ce que vous avez dit, qu'il y a beaucoup de Canadiens qui possèdent des antennes paraboliques, de toute façon. . .

M. Racine: Mais elles ne sont pas illégales.

M. Gallaway: C'est vrai. Les antennes paraboliques ne sont pas illégales, mais les décodeurs le sont.

M. Racine: Les décodeurs sont illégaux si on ne les achète pas.

M. Gallaway: Quand vous parlez de l'autoroute de l'information et de la nécessité de contrôler le contenu canadien, dans le contexte général de la libre circulation de l'information, à quel moment la réglementation du contenu canadien devient–elle l'équivalent de la censure?

M. Racine: Tout d'abord, je crois que les mécanisme de réglementation au Canada sont très ouverts et ils ne s'apparentent en aucune manière à une activité qui se déroule en secret. Il n'y a rien de secret ni d'arbitraire là–dedans. Tout se fait dans la plus grande transparence. Quand on discute au CRTC de l'opportunité d'octroyer une licence à une chaîne en particulier, ou d'autoriser la prestation d'un service donné, le mérite de la demande fait l'objet d'un débat public. À mon avis, l'ouverture, l'aspect démocratique du processus constitue une garantie que la réglementation ne deviendra pas un instrument de censure.

D'une part, il faut suffisamment de liberté pour favoriser la créativité. D'autre part, il faut également protéger toute une série de groupes dans la société, mettre les enfants à l'abri de la violence, par exemple. La violence est certainement un élément qui est condamné par tout le monde, et pourtant, quand il a été question de trouver des moyens pour contrer la violence à la télévision, tout de suite nous avons été amenés à débattre de la question de savoir où se situait la limite de la censure. Allez–vous dire que l'émission de *Road Runner* est une émission violente? Beaucoup de gens disent qu'elle est la plus violente de toutes les émissions qui passent à la télévision, celle avec le coucou terrestre et le coyote. Certains disent que c'est une émission très violente et qu'elle devrait être interdite. D'autres disent qu'on ne peut censurer les émissions sous prétexte de combattre la violence.

Je crois que nous avons élaboré une très bonne solution pour le Canada. Nous avons maintenant des codes d'autoréglementation pour les radiodiffuseurs, les câblodistributeurs et, bientôt, pour les fournisseurs de services spéciaux. Les choses se passeront au grand jour. C'est la meilleure garantie. Si on essaye d'imposer une sorte de tyrannie de l'ère McCarthy, cela se déroulera en public et sera dénoncé et combattu en public. C'est la meilleure réponse que je peux vous donner.

Le président: Je regrette, mais je vais être obligé de mettre fin à nos discussions. Je suis heureux que nous ayons réussi à échapper au vote jusqu'à maintenant. Il est imminent depuis un certain temps en effet.

[*Texte*]

I have just a little announcement for my colleagues about our work plan. We don't have one yet, but roughly I see it happening this way: in the fall we will devote the majority of our time, as much as we can, to the CBC. I would see us having the CBC come in to explain themselves in detail on every part of their operation for a couple of weeks. I would then see other competitors, corporations, cable companies and so on making their comments on the CBC. I would then bring in interest groups—artists, unions, whatever—to make a comment, and then expert witnesses, if there are academics or people who write about this stuff. Then we would have it open to the public; if we have public representation, we can bring them in. Then we would have the CBC back at the end to answer what has been said since they came in at the beginning.

We are looking for input from the committee. Over the course of the summer I will be getting in touch with the representatives of the various parties. If we receive a more complete mandate from a certain unnamed ministry to give us more precise marching orders, we will obviously retool what I'm proposing here, but I will let you know.

The other thing is that I'm going to suggest to fellow committee members that as we get information that will be of interest, background reading and materials that seem interesting to us, if you don't mind, I'll send them to you in your ridings as they come along.

We will be consulting individually with you, but I wanted to say that we're working on the first cut at the plan for the CBC. We're a little stymied until an unnamed minister. . .no.

Mme Tremblay: J'ai vu la liste que vous avez demandée à M. Manera. Je préférerais que vous envoyiez cela à mon bureau d'Ottawa. Cela va coûter moins cher.

Le président: D'accord. Nous avons encore des choses à lui demander. Si vous avez des idées pour les documents, je veux absolument que vous nous les passiez.

Mme Tremblay: Plus sérieusement, j'aimerais que vous essayiez de savoir si le mandat qu'on nous donne pour la Société Radio–Canada est une mesure de diversion pour retarder encore le dépôt de la Loi sur le droit d'auteur que le monde entier attend désespérément et qu'on nous avait promise pour l'automne? L'automne, c'est le 19 septembre.

J'aimerais que vous écriviez au ministre et que vous lui demandiez quand il entend déposer la Loi sur le droit d'auteur. Il ne nous répondra peut–être pas, mais nous devons planifier notre travail.

Le président: Comme M. Racine est là, il pourra peut–être. . .

Mme Tremblay: C'est une question politique.

M. Racine: C'est vrai. Je veux simplement vous dire qu'il n'y a pas vraiment de lien entre les deux opérations, qui sont toutes les deux très importantes. La discussion sur la meilleure façon dont Radio–Canada peut accomplir son mandat, c'est quelque chose de relié à l'initiative sur la stabilisation du financement de Radio–Canada. C'est une chose. Le droit d'auteur, c'est autre chose. Je pense que le ministre a mentionné hier encore, à la Conférence canadienne des arts, que ces deux éléments–là étaient parmi ses trois ou quatre grandes priorités.

[*Traduction*]

J'ai juste une petite communication à faire à mes collègues à propos de notre programme de travail. Nous n'en avons pas encore, mais en gros, je le vois se dérouler de la façon suivante: cet automne, nous consacrons la plupart de notre temps, dans la mesure du possible, à Radio–Canada. Radio–Canada pourrait venir passer deux semaines avec nous afin de nous expliquer en détail ses opérations. Ensuite, nous inviterons entre autres des concurrents, des sociétés, câblodistributeurs et autres, pour nous donner leur avis sur Radio–Canada. Ensuite, je ferai venir des groupes d'intérêt, des artistes, des syndicats, peu importe—pour exprimer leurs opinions, et des spécialistes, s'il y a des professeurs ou autres personnes qui font de la recherche dans ce domaine. Ensuite, nous tiendrons les séances publiques. Si le public manifeste de l'intérêt, nous pourrons entendre des témoins. Enfin, nous inviterons Radio–Canada à revenir pour répondre aux commentaires faits depuis sa présentation initiale.

Nous comptons sur une participation du comité. Au cours de l'été, je communiquerai avec des représentants des divers partis. Si nous recevons un mandat plus complet d'un certain ministère anonyme nous donnant des directives plus précises, nous serons évidemment obligés de réorganiser notre plan de travail, mais je vous tiendrai au courant.

J'ai une autre chose à dire à mes collègues membres du comité. Si vous êtes d'accord, je vous enverrai, dans votre circonscription, toute l'information ainsi que toute la documentation et autres ouvrages pertinents au fur et à mesure que nous les recevons ici.

Nous vous consulterons personnellement; je voulais simplement vous dire que nous préparons la première ébauche de notre plan pour Radio–Canada. Nous sommes dans une impasse jusqu'à ce qu'un ministre que je ne nommerai pas. . . Non.

Mrs. Tremblay: I saw the list you requested from Mr. Manera. I would prefer it if the material was sent to my Ottawa office. It will be less expensive.

The Chairman: All right. We still have other things to ask him. If you have any ideas in terms of documents, please share them with us.

Mrs. Tremblay: Seriously, I would like you to try and find out if our mandate for CBC is just a diversion to put off, once again, the tabling of the copyright act that the entire world has been desperately waiting for, and that had been promised for the fall. The fall starts on September 19th.

I would like you to write to the Minister and ask him when he plans to table the copyright act. He may not answer us, but we have to plan our work.

The Chairman: Since Mr. Racine is here, he may be able to. . .

Mrs. Tremblay: This is a political issue.

Mr. Racine: That's true. I just wanted to tell you that there's no real linkage between the two operations, which are both very important. Discussing the best way for CBC to carry out its mandate is something that is very closely linked to the initiative on stabilizing CBC's funding. That's one thing. The issue of copyright is another thing. I think that the Minister mentioned yesterday, at the Canadian Conference of the Arts, that these two elements were among his three or four main priorities.

[*Text*]

Ces deux choses sont encore des priorités pour notre ministre, et je vous assure que l'opération sur Radio–Canada n'a pas pour but de retarder la Loi sur le droit d'auteur.

The Chairman: I want again to thank you both for coming. I think it has been a very good afternoon. It has pulled together a lot of things, it was fun, it was informative, and you make a great tag–team. We're going to put you on television—Canadian content.

The meeting is adjourned.

[*Translation*]

These two issues are still priorities for our Minister, and I can assure you that we will not be looking at CBC's operations in order to put off the tabling of the copyright act.

Le président: J'aimerais vous remercier à nouveau tous les deux d'être venus. Je crois que cet après–midi a été très fructueux. Nous avons pu clarifier plusieurs choses, nous nous sommes amusés, et cela a été très instructif. Vous faites une bonne équipe. Nous alleons vous faire passer à la télévision—comme contenu canadien.

La séance est levée.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid Port payé
Lettermail Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the Department of Canadian Heritage:

Paul Racine, Assistant Deputy Minister Cultural Development and Heritage.

From the Department of Industry:

Michael Binder, Assistant Deputy Minister, Spectrum, Informations Technologies and Telecommunications.

TÉMOINS

Du ministère du Patrimoine canadien:

Paul Racine, sous–ministre adjoint Développement culturel et patrimoine.

Du ministère de l'Industrie:

Micheal Binder, sous–ministre adjoint, Spectre, Technologie de l'information et télécommunications.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 26

Tuesday, September 20, 1994
Thursday, September 22, 1994

Chairperson: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 26

Le mardi 20 septembre 1994
Le jeudi 22 septembre 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Briefing Session on the Canadian Broadcasting Corporation: services, mandate, environment and audience trends

CONCERNANT:

Séance d'information concernant la Société Radio–Canada: services offerts, le mandat, l'environnement et les tendances de l'auditoire

---

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

iversity of Toronto

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chairperson: John Godfrey

Vice–Chairs: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown
Jan Brown
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Associate Members

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidentes: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown
Jan Brown
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Membres associés

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

TUESDAY, SEPTEMBER 20, 1994
(31)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met *in camera* at 3:35 o'clock p.m. this day, in Room 208, West Block, the Chairman, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Eleni Bakopanos, Bonnie Brown, John Cannis, John Godfrey, Albina Guarnieri, Glen McKinnon.

Acting Members present: Christiane Gagnon for Louis Plamondon; Hugh Hanrahan for Monte Solberg.

Associate Member present: Simon de Jong.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: René Lemieux and Susan Alter, Research Officers.

The Committee proceeded to discuss its future business.

At 4:36 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

THURSDAY, SEPTEMBER 22, 1994
(32)

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 3:35 o'clock p.m. this day, in Room 209, West Block, the Chair, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Eleni Bakopanos, Bonnie Brown, Jan Brown, Roger Gallaway, John Godfrey, Albina Guarnieri, Suzanne Tremblay.

Acting Members present: Jean Augustine for Glen McKinnon; Hugh Hanrahan for Monte Solberg.

Associate Member present: Simon de Jong.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: From the Canadian Broadcasting Corporation: Michael McEwen, Senior Vice–President, Media; Alain Pineau, Vice–President, Planning and Regulatory Affairs; Barry Kiefl, Corporate Director, Research.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee received a briefing from the Canadian Broadcasting Corporation.

The witnesses made opening statements and answered questions.

At 5:56 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAUX

LE MARDI 20 SEPTEMBRE 1994
(31)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à huis clos à 15 h 35, dans la salle 208 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Eleni Bakopanos, Bonnie Brown, John Cannis, John Godfrey, Albina Guarnieri, Glen McKinnon.

Membres suppléants présents: Christiane Gagnon remplace Louis Plamondon; Hugh Hanrahan remplace Monte Solberg.

Membre associé présent: Simon de Jong.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: René Lemieux et Susan Alter, attachés de recherche.

Le Comité discute de ses travaux à venir.

À 16 h 36, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

LE JEUDI 22 SEPTEMBRE 1994
(32)

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 15 h 35, dans la salle 209 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Eleni Bakopanos, Bonnie Brown, Jan Brown, Roger Gallaway, John Godfrey, Albina Guarnieri, Suzanne Tremblay.

Membres suppléants présents: Jean Augustine remplace Glen Mackinnon; Hugh Hanrahan remplace Monte Solberg.

Membre associé présent: Simon de Jong.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: De la Société Radio–Canada: Michael McEwen, premier vice–président, médias; Alain Pineau, vice–président à la planification et à la réglementation; Barry Kiefl, directeur national, Service de la recherche.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) du Règlement, les cadres de la Société Radio–Canada informent le Comité.

Les témoins font des exposés et répondent aux questions.

À 17 h 56, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Thursday, September 22, 1994

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le jeudi 22 septembre 1994

• 1534

The Chairman: Ladies and gentlemen, welcome to the first of our hearings on the CBC. I regret that, paradoxically, we have to ask the cameras to leave as we start talking about the CBC. It does seem to be sending a bit of a mixed signal.

Le président: Mesdames et messieurs, je vous souhaite la bienvenue à la première de nos audiences sur la Société Radio–Canada. N'est–il pas un peu ironique de devoir demander à ce que les caméras soient retirées de la salle alors que l'objet de nos travaux est justement Radio–Canada? Je vais donc m'exécuter à regret, tout en déplorant ce paradoxe.

• 1535

This is the first session of the committee since Parliament rose in June. We have two new members, one of whom is with us this afternoon. I want particularly to welcome Hugh Hanrahan from the Reform Party.

C'est aujourd'hui la première séance de notre Comité depuis que le Parlement a ajourné ses travaux en juin dernier. Nous avons deux nouveaux membres, dont l'un, Hugh Hanrahan, du Parti réformiste, se trouve parmi nous aujourd'hui et à qui je souhaite la bienvenue.

Mr. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): It's a pleasure to be here.

M. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): C'est un plaisir de me trouver parmi vous.

The Chairman: Good.

Le président: J'en suis moi–même heureux.

The work you are about to undertake arises because of a statement and a request that we received through the Canadian Heritage minister, Michel Dupuy, on May 25:

L'étude que nous sommes sur le point d'entreprendre résulte d'une déclaration et d'une demande émanant de M. Michel Dupuy, ministre du Patrimoine, demande qui nous est parvenue le 25 mai:

> . . .the House of Commons Standing Committee on Canadian Heritage will be asked to carry out a public review aimed at forging a new consensus about the role of the CBC in the new multi–channel universe.
>
> The Standing Committee will be asked to examine the impact of advertising as a means of funding the CBC, and explore the feasibility of introducing alternative revenue–generating mechanisms in order to provide further financial stability for the Corporation.

> Le Comité permanent du patrimoine canadien sera prié de tenir un examen public afin de dégager un consensus sur le rôle de la Société Radio–Canada dans le nouvel univers à multi–canaux.
>
> On demandera au Comité permanent d'examiner les répercussions qu'entraîne l'utilisation de la publicité comme moyen de financement de la SRC et de se pencher sur la possibilité d'instaurer d'autres mécanismes de production de recettes afin de garantir une plus grande stabilité financière à la Société.

Since we received that, you will recall that in the month of June the committee did a pre–study on the information highway and the role of culture on it to give us some sense of the technological revolution that everybody in the communication and information industry is facing, but particularly trying to imagine how that might affect the work of the corporation and the universe of the corporation in the future. We had a bit of a look at some of the technological issues before we broke.

Vous vous souvenez sans doute que, depuis la réception de cette missive, le Comité, au mois de juin, a entrepris une étude préalable sur le rôle de la culture et l'autoroute de l'information, afin de nous initier à la révolution technologique qui se prépare pour tous ceux qui oeuvrent dans les domaines de la communication et de l'information, mais surtout pour essayer de nous représenter quels seront les incidences de cette révolution sur la Société Radio–Canada et le monde dans lequel elle évolue. Avant l'ajournement des travaux du Parlement, nous nous sommes un peu penchés sur certains problèmes d'ordre technologique.

During the course of the summer the research staff have been working away, giving various members of the committee background documentation and reading material to bring us up to speed on the CBC and on these issues.

Nos attachés de recherche n'ont pas chômé pendant l'été; ils ont, entre autres, fourni aux membres du Comité des documents de référence et des ouvrages pour leur permettre de se mettre à jour sur toutes ces questions ainsi que sur la Société Radio–Canada.

Then there was a further announcement by Minister Dupuy on August 26, which announced further details. The minister also released a guidance document, asking us to concentrate on three particular areas: first, the rule of the CBC in the multi–channel universe, including—I underline this because this was a new element—success criteria appropriate to Canada's public broadcaster; secondly, how the CBC plans to provide its mandated services within its projected financial situation; and,

Un second message de M. Dupuy, ministre du Patrimoine, nous est parvenu en date du 26 août, par lequel il précisait notre mandat. Le ministre a également publié un document d'orientation en nous demandant de nous attacher plus particulièrement à trois questions: tout d'abord, le rôle de Radio–Canada dans un univers multi–canaux, y compris—et je le souligne parce qu'il s'agit là d'un élément nouveau—les critères de succès à définir pour le radiodiffuseur public du

[*Texte*]

thirdly, the impact of advertising as a means of funding the CBC and the feasibility of alternative revenue–generating mechanisms that could reduce the corporation's dependence on advertising revenues. Finally, we were asked as a committee to report back to the minister early in the new year.

I would like, therefore, to remind members of the committee of the schedule we face and the task we have before us, understanding that we have to stay flexible, open to developments as they occur, open to the further suggestions of members, of people we might talk to, open as well to requests to be heard from people we have not yet heard from.

The form these hearings will take is the following. We will do our very best to hear all of the witnesses by the time the House rises in the middle of December, even if that involves laying on extra sessions. We think it's very important that the witness phase be accomplished by that point.

The witness phase itself begins with, first of all, some basic information from the CBC, today and for the next three sessions, so we may properly understand how the CBC currently operates, how it finances itself, how it administers itself, so we can understand how the money is being spent now, how the universe functions now.

During the course of these hearings, we will be hearing from a whole range of people in the broadcasting community—private, public, the cable industry and so on. Anyone who is a producer or a broadcaster forms the next category of witnesses. After that we'll hear from a group we have loosely called interest groups. Those are, for instance, the Friends of Canadian Broadcasting, or the unions, or others with vested interests—clear, direct interests in the process.

Then we turn to expert witnesses, people who have thought about these issues long and hard and who have some suggestions for us. Then we go to the public, if there is anyone left in the country we haven't already talked to, as defined as best we can with the help of the members. We intend to consult regionally and we intend to use television to do so. We will be using the phone line system. I call that the $160–an–hour system, rather than the $1,600–an–hour satellite system. We will be going around videoconferencing with various parts of the country. I'm counting on members to advise me on who might appear before us. Then we hear from the CBC one more time before we begin the writing of the report.

[*Traduction*]

Canada; en second lieu, la façon dont Radio–Canada envisage d'assurer sa mission compte tenu de l'évaluation de sa situation financière; en troisième lieu, les incidences de la publicité en tant que source de financement de Radio–Canada et la possibilité d'envisager d'autres sources de recettes de nature à rendre la Société moins tributaire des recettes de la publicité. En dernier lieu, le ministre a demandé au Comité de lui faire rapport au début de la nouvelle année.

Je tiens donc à rappeler aux membres du Comité le délai qui nous est imparti et la tâche que nous devons exécuter, étant bien entendu que nous devons garder une certaine souplesse et une certaine ouverture d'esprit à l'évolution des choses ainsi qu'aux propositions des membres et de ceux avec lesquels nous nous entretenons, ouverts également aux demandes de ceux que nous n'aurions pas encore entendus.

Ces audiences prendront la forme suivante: nous nous efforcerons, avant que la Chambre n'ajourne ses travaux à la mi–décembre, d'avoir entendu tous les témoins, même s'il s'avère nécessaire de multiplier ou de prolonger nos séances. Nous devons considérer la mi–décembre comme une date butoir pour l'audition des témoins.

La première phase des témoignages commencera par la présentation d'information de base de la part de Radio–Canada, à dater d'aujourd'hui même et pendant les trois séances suivantes, ceci afin que nous comprenions comment fonctionne actuellement Radio–Canada, comment la Société se finance, comment elle s'administre, comment l'argent est actuellement dépensé, dans quel monde elle évolue.

Au cours de ces audiences nous entendrons les témoignages d'un vaste éventail de personnes oeuvrant dans la radiodiffusion, qu'il s'agisse de la radiodiffusion privée ou publique, de la cablodiffusion et autres. La catégorie suivante de témoins comprend toute personne engagée dans la réalisation ou la radiodiffusion, après quoi ce sera le tour des témoins que nous avons regroupés sous le titre assez vague de groupes d'intérêt, par exemple *Friends of Canadian Broadcasting* ou les syndicats ou quiconque a des intérêts évidents et directs dans ce secteur.

Nous entendrons alors des spécialistes, des gens qui ont longuement réfléchi à ces questions et qui peuvent apporter leur pierre à l'édifice. Nous nous adresserons au public—s'il reste encore dans le pays des gens que nous n'ayons pas entendus—des gens que nous nous efforcerons de choisir judicieusement avec l'aide des membres du Comité. Nous avons l'intention de procéder à des consultations régionales, par le truchement de la télévision ainsi que des tribunes téléphoniques. C'est ce que j'appelle le système de 160$ à l'heure, plutôt que le système de satellite, qui revient à 1 600$ de l'heure. Nous organiserons des vidéos–conférences avec différentes régions. J'attends des membres qu'ils me fassent savoir qui serait susceptible de comparaître devant le comité, puis la Société Radio–Canada pourra comparaître une dernière fois avant que nous nous attelions à la rédaction du rapport.

[*Text*]

We should also say, in the spirit of flexibility if there are new developments, if as a result of your program review you wish to come back to us in the middle of the process to give us additional information you think would be helpful, please tell us and we will schedule additional time for you to do that. I think that's very important to understand.

When we've finished with that phase we will use the period of the break at Christmas for the research staff to prepare a first draft of the paper, which we will of course have been discussing all the way along amongst ourselves as members. When we return in February, the members will then look at the draft, discuss it, decide how to alter it, and, we hope, produce a consensus on the final recommendations. It is my hope we will be able to produce a final report around March 1. This is perhaps stretching the concept of early in the new year, but it's about as early as we can make it given the necessities of translation and the parliamentary timetable and the necessity also of hearing from a large number of people.

I don't want to prejudice the outcome or the way in which the proceedings are going to go, but if you pay attention to the words of the mandate, I think we are going to find ourselves ultimately focusing on television as opposed to other parts of the corporation, because the words "multi–channel universe" really apply mostly to television, and indeed one might argue they apply with greater ferocity to the English side of television than the French.

As well, when we're asked to look at advertising, that can really only apply to television. That's virtually the only place you can find it, except, I guess, hockey games on the radio on Saturday night.

So we will be spending a lot of time talking about television. In broad terms I guess we're going to want to know in our early sessions with you how the corporation spends its money and then as the hearings proceed what new sources might look like, how we identify them, how we rate them and how acceptable they are.

We're going to start this afternoon with some representatives of the CBC to give us a broad overview. We have Michael McEwen, the Senior Vice–President for Media; Mr. Alain Pineau, who has just taken over as Vice–President of Planning and Regulatory Affairs; and Barry Kiefl, who's the Corporate Director of Research at CBC.

Now another couple of housekeeping matters. We're going to continue to meet next Tuesday, Wednesday, and Thursday afternoons at 3:30 p.m. with other representatives of the CBC, but as of the week of October 3, as a result of a motion that was adopted by the House affairs committee and tabled in the House with the consent of all parties on September 21, we will start meeting from 9 a.m. to 11 a.m. on Tuesdays and Thursdays and we'll have an afternoon session from 3:30 p.m. to 5 p.m. on

[*Translation*]

• 1540

J'ajouterai également, afin d'assurer la plus grande souplesse de nos travaux, que si à la suite de cet examen vous souhaitez comparaître de nouveau devant nous au cours des audiences pour ajouter un complément d'information qui pourrait nous être utile, il vous est loisible de nous en faire la demande et nous ferons de notre mieux pour en tenir compte. C'est là un élément de grande importance.

Parvenus au bout de cette étape, nous conférerons aux attachés de recherche la tâche de rédiger une première ébauche du rapport pendant l'interruption de Noël, ébauche à laquelle nous–mêmes aurons contribué tout au long par nos discussions. À la reprise de février nous examinerons ce projet de rapport, nous en discuterons, nous y apporterons éventuellement des modifications et — espérons–le — nous parviendrons à dégager un consensus sur les recommandations du comité. J'espère que le rapport définitif pourra être publié aux alentours du 1er mars. C'est peut–être un peu tard pour correspondre à l'objectif, à savoir au début de la nouvelle année, mais compte tenu des contraintes de la traduction et du calendrier parlementaire, de la nécessité également d'entendre un nombre considérable de témoins, je ne vois guère comment ces travaux pourraient être achevés dans un délai plus bref.

Je ne veux point préjuger du résultat ou de l'évolution des travaux, mais si vous vous reportez aux termes de notre mandat nous allons constater sans doute que notre attention se portera surtout sur la télévision plutôt que sur d'autres secteurs d'activité de la Société Radio–Canada, car le terme «univers à multi–canaux» s'applique en réalité surtout à la télévision et, dirais–je prendra pour cible la télévision anglophone davantage que la francophone.

De toute façon, puisqu'on nous demande d'examiner la question de la publicité, ceci ne s'applique en réalité qu'à la télévision, seul lieu où elle s'exerce à l'exception, si je ne me trompe, des matchs de hockey du samedi soir, à la radio.

Nous consacrerons donc beaucoup de temps à la télévision. Dès les premières séances nous voudrons sans doute savoir comment la Société Radio–Canada dépense ses fonds puis, au fur et à mesure des audiences, où elle pourrait trouver de nouvelles sources de recettes, sous quelle forme, ce que nous en pensons et dans quelle mesure elles sont acceptables.

Pour la séance de cet après–midi nous allons entendre des représentants de la Société Radio–Canada voire M. Michael McEwen, premier vice–président, médias; M. Alain Pineau, qui vient d'être nommé vice–président à la Planification et à la réglementation et M. Barry Kiefl, directeur national, services de la recherche de la Société Radio–Canada.

Avant de leur donner la parole je voudrais toutefois mentionner quelques questions d'intérêt courant: mardi, mercredi et jeudi prochains, à 15h30, nous entendrons d'autres représentants de la Société Radio–Canada, mais à partir de la semaine du 3 octobre, à la suite d'une motion adoptée par le Comité des affaires de la Chambre et déposée, le 21 septembre, à la Chambre avec le consentement de tous les partis, nous allons nous réunir, les mardis et jeudis, de 9 heures à 11 heures,

[*Texte*]

Wednesdays. We may, as I've said before, have additional. . .undoubtedly we'll have to have additional sessions.

What we're hoping to do will be well known to the members of the committee. We're trying wherever possible to make use of panels, to have an initial set of presentations and then allow the questioners to ask questions of anyone or of any mixture of people so we can get as much packed into our afternoons as we can.

As before, we'll be starting with the opposition parties, giving them an initial 10 minutes each. Then we'll come to the government side of the House and that can be divided or dominated by one or more members, and then we'll go into five-minute rounds of questioning. I think that will give you a bit of a sense of the way in which we're going.

If we discover the need for additional information from the corporation after your initial appearance, and if we have questions for you, we would very much appreciate it if as a collectivity you could get the answers back to us as soon as possible and certainly before your return appearance here. If you do that we can move along a lot faster.

This has been a long-winded introduction, but I thought it was important to put on the record the process as I understand it and as we have agreed both in our steering committee and our committee of the whole.

• 1545

Madame Tremblay.

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Ce sont seulement deux petites vérifications. D'abord, dans la traduction, on a dit qu'on se rencontrerait les mardis, jeudis et vendredis après-midis. Cependant, il me semblait que c'était les mardis, mercredis et jeudis.

Le président: C'est cela. Les mardis, mercredis et jeudis.

Mme Tremblay: Lundi, au moment de la rencontre téléphonique, on avait posé quelques questions sur des documents disponibles. Avez-vous pu savoir si le rapport de Nordicity Group Ltd. . . Qu'arrive-t-il avec SECOR?

Le président: Nous avons fait la demande officielle et nous n'avons pas encore reçu les renseignements requis.

Mme Tremblay: D'accord.

Doit-on passer trois jours avec Radio-Canada?

Le président: Quatre.

Mme Tremblay: Quatre jours. Est-ce que ce sont les mêmes personnes qui viendront nous rencontrer ou des personnes différentes?

Le président: Il n'y a pas de répétition, si je vous comprends.

[*Traduction*]

et le mercredi nous aurons une séance d'après-midi de 15h30 à 17 heures. Comme je le disais tout à l'heure, nous pourrons. . . et nous devrons selon toute vraisemblance tenir des séances supplémentaires.

Les membres du comité seront tenus parfaitement au courant de ce que nous espérons réaliser. Nous essaierons, dans toute la mesure du possible, d'interroger ces témoins, d'entendre plusieurs exposés et de demander ensuite aux membres du comité de poser les questions à qui de droit ou à un groupe de personnes, afin d'exploiter au mieux nos après-midi.

Nous allons, comme il est d'usage, donner d'abord la parole aux partis d'opposition, à raison de 10 minutes chacun, et ensuite au parti ministériel; plusieurs membres peuvent se partager ce temps de parole, et nous passerons ensuite à des séries de questions de cinq minutes. Voilà qui devrait vous donner une idée de la façon dont nous allons procéder.

Si nous constatons, après votre première comparution, qu'il nous faut davantage de renseignements sur la Société Radio-Canada et si nous avons des questions à vous poser, nous vous saurions gré de bien vouloir, collectivement, nous fournir les réponses dans les plus brefs délais, en tout cas avant que vous ne soyez de nouveau convoqués à comparaître. Nous pourrons, de la sorte, avancer beaucoup plus rapidement.

Voilà une introduction quelque peu verbeuse, ce dont je m'excuse, mais il m'a paru important de consigner au procès-verbal la procédure que je compte adopter, et dont nous sommes convenus tant au comité directeur qu'au comité plénier.

Mrs. Tremblay.

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): I have just two points of clarification. First of all, what I heard in the translation is that we will be meeting on Tuesday, Thursday, and Friday afternoons. But it seems to me it was supposed to be Tuesdays, Wednesdays and Thursdays.

The Chairman: That's right. Tuesdays, Wednesdays, and Thursdays.

Mrs. Tremblay: When we had our conference call on Monday, we had asked about the availability of certain documents. Were you able to find out if the Nordicité report. . . What has happened with SECOR?

The Chairman: We have made an official request, but we have not yet received the information.

Mrs. Tremblay: Okay.

Am I to understand that we are going to be spending three days with CBC?

The Chairman: Four days.

Mrs. Tremblay: Four days. Will these meetings be with the same officials or with different people?

The Chairman: There will not be any repetition, as I understand it.

[*Text*]

M. Alain Pineau (vice–président, Planification et réglementation, Société Radio–Canada): Non. Il y aura des constantes en ce sens que la semaine prochaine, M. McEwen et moi–même seront là, mais nous ne ferons pas les présentations. Michael fera le lien entre les différents éléments de la présentation, mais ce sont des personnes différentes qui viendront toucher les différents éléments. Personnellement, je serai là de toute façon pour la continuité à travers toutes les séances du Comité.

Le président: D'ailleurs, vous devriez avoir une note du 19 septembre du CRC—je ne sais pas si vous l'avez ou non—avec les noms des personnes et des sujets.

Mme Tremblay: Merci.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Thank you, Mr. Chairman. This is just another housekeeping matter. Through you, Mr. Chairman, to the panel, I am wondering about the length of presentation time today. In my view it's more productive to be asking questions and learning about CBC through our questions rather than having all kinds of general information reach us. I would really like us to have the opportunity to be quite specific and not have all of this time today taken up with a presentation, albeit a very professional presentation, I'm sure. But we've had much paper flying around for many months. I think it behoves us as a committee to have an opportunity to request adequate time for questions.

The Chairman: I think that's reasonable. With your permission, I will add on the opening time, if that is not inconvenient to the folks here, and we will endeavour to get as much out as possible.

I don't want to scoop you here, but the CBC folks have told me, and they will repeat it, that they will be rather longer today than they will be in future sessions, but I'll let them speak for themselves. In fact, I'd better let them do that gently.

I want to speak finally to the corporation, through you, to say that on this side of the House—if it is a house; it's more of a bungalow really—speaking for our party, and I wouldn't presume to speak for others, I wish that you consider us your friends. You may say "with friends like that. . .", but we will ask tough questions that will be animated by a spirit of tough love. We intend to work as cooperatively with you and with the minister as we can to get a result that is pleasing to the Canadian public, to you and to everyone else. Thanks very much.

Madam Tremblay.

Mme Tremblay: Une toute petite question puisqu'on nous fera, semble–t–il, une longue présentation. Peut–on espérer avoir un texte de cette longue présentation ou si vous ne nous donnez pas de texte?

Le président: Allez–vous nous donner les détails? Oui.

Mme Tremblay: Y aura–t–il un texte?

[*Translation*]

Mr. Alain Pineau (Vice–President, Planning and Regulatory Affairs, Canadian Broadcasting Corporation): No. Some of us, Mr. McEwen and myself, will be there throughout the hearings next week, but we will not be making the presentations as such. Michael will be there to make the connection among the various aspects of the presentation, but the different areas will be addressed by different people. As for myself, I will be there throughout the hearings of the committee to ensure continuity.

The Chairman: In that regard, you should have received the CBC memo dated September 19th—I don't know if you have it or not—with the names of the officials and the topics to be covered.

Mrs. Tremblay: Thank you.

Mme Brown (Calgary Sud–Est): Merci, monsieur le président. Je veux moi aussi aborder une question concernant notre façon de procéder. Par votre entremise, monsieur le président, je veux aborder avec les témoins la question de la longueur de l'exposé qu'ils nous feront aujourd'hui. À mon avis, il est bien plus utile que nous posions des questions et que nous nous renseignions au sujet de la SRC grâce à ces questions au lieu qu'on nous abreuve de renseignements généraux. Je souhaite vivement que nous puissions entrer dans les détails au lieu de consacrer tout le temps prévu à nous présenter un exposé, même si nous aurions sûrement droit à un exposé des plus professionnels. Nous sommes inondés de documents depuis bien des mois déjà. Il me semble que, pour faire oeuvre utile, il nous appartient en tant que comité de demander qu'on prévoit suffisamment de temps pour les questions.

Le président: Votre requête me paraît raisonnable. Si vous le permettez, j'ajouterai encore quelques remarques préliminaires, si nos témoins n'y voient pas d'inconvénient, et nous tâcherons d'abattre autant de besogne que possible.

Je ne veux pas vendre la mèche, mais les représentants de la SRC m'ont dit, et ils le répéteront, que l'exposé qu'ils nous présenteront aujourd'hui sera un peu plus long que ceux qui nous seront présentés par la suite, mais je leur laisserai le soin de vous l'expliquer. Ils le feront sûrement mieux que moi.

Enfin, je tiens, par votre entremise, à dire à la SRC, que de ce côté–ci de la Chambre—je parle ici au nom des membres de notre parti qui siègent à ce comité, et je ne prétends pas parler pour qui que ce soit d'autre—nous voulons que vous nous considériez comme vos amis. Vous direz peut–être: «avec des amis comme ça. . .», mais nous vous poserons des questions percutantes dans l'esprit de ce qu'on appelle «l'amour parental dur». Nous avons bien l'intention de travailler en collaboration avec vous et avec le ministre afin d'aboutir à un résultat qui réponde aux attentes de la population canadienne, aux vôtres et à celles de tout le monde. Merci beaucoup.

Madame Tremblay.

Mrs. Tremblay: Just a quick question, since it would seem that we will be hearing a long presentation. Can we expect to get the text of this long presentation, or will you not be giving us a written text?

The Chairman: Will you be giving us the details. Yes.

Mrs. Tremblay: Will there be a handout?

[*Texte*]

Mr. Michael McEwen (Senior Vice-President, Media, Canadian Broadcasting Corporation): We have a text that we'll leave with you for some of it, but for some of it we're going to be working off slides and a screen.

The Chairman: Will we have some of the text in our existing material or will it be other material?

Mr. McEwen: It will be other material.

The Chairman: And we'll get copies of the text?

Mr. McEwen: We'll get copies and leave them with you.

The Chairman: Okay. Having had the mother of all preambles here—sorry, the person of all preambles, the parent of all preambles—I suggest we get down to it.

Mr. McEwen, do you want to introduce the theme?

Mr. McEwen: Thank you very much, Mr. Chairman. I appreciate both the specifics and the spirit of your remarks. We look forward to this process and the results.

Before we begin the presentation we've prepared, I wonder if under the circumstances you would permit me to make a brief introductory statement.

• 1550

As you have alluded to, we have agreed that the president would not be here today and that the presentation of the corporation's strategic plan for the future would be reserved for later in the fall. You've asked us to spend the first four sessions on the process, giving you an overview of the CBC's current activities, and we will do that.

What we are not prepared to deal with today are issues arising out of this morning's story in *The Globe and Mail*. What we can tell you is that in February of this year the government announced a strategy to deal with the CBC's funding situation. A key element in that strategy was the minister's commitment that there would be no further cuts to the CBC in the next five years.

All of our planning to date has been based, and continues to be based, on that commitment. We realize that the minister has been asked to participate fully in the government's program review involving all the spending envelopes that come under his purview, including that of the CBC. That process is under way. No decisions have been made. We are certainly in no position to make hypothetical speculations about the future. In the meantime it seems to me that the work of this committee, sir, is even more essential than ever, and it's in that context, Mr. Chairman, with your permission, that we will now carry on with our presentation. Thank you.

As you know, and have probably surmised by my introductory comments, we care passionately about our corporation and believe deeply in what it does for Canada and Canadians. Today we will talk about our mandate, our programming, and how we fit into the broadcast environment. We will also give you an overview of audience research and how we measure our success.

[*Traduction*]

M. Michael McEwen (Premier vice-président, Média, Société Radio-Canada): Nous avons un texte que nous vous remettrons et où vous retrouverez une partie de notre exposé, mais nous nous servirons aussi de diapositives et d'un écran.

Le président: Le texte se trouve-t-il dans la documentation que nous avons déjà ou s'agit-il d'un autre document?

M. McEwen: Il s'agit d'un autre document.

Le président: Et nous obtiendrons des exemplaires du texte?

M. McEwen: Nous vous en laisserons des exemplaires que vous pourrez prendre.

Le président: D'accord. Après ce préambule d'une longueur encore jamais vue, je propose que nous nous attaquions à notre sujet.

Monsieur McEwen, voulez-vous nous présenter le sujet?

M. McEwen: Merci beaucoup, monsieur le président. Je vous suis reconnaissant tant de vos remarques que de l'esprit qu'elles dénotent. Nous attendons avec impatience le déroulement de ce processus et le résultat qui en découlera.

Avant d'entamer l'exposé que nous avons préparé, je me demande si, dans les circonstances, vous me permettriez de vous faire une courte déclaration d'ouverture.

Comme vous l'avez indiqué, nous sommes convenus que le président ne sera pas là aujourd'hui et que nous ne vous présenterons le plan stratégique de la société qu'à l'automne. Vous nous avez demandé de consacrer les quatre premières séances au fonctionnement, de vous donner une vue d'ensemble des activités actuelles de la SRC, et c'est ce que nous ferons.

Nous ne sommes pas prêts à discuter aujourd'hui de questions qui pourraient découler de l'article paru dans le *Globe and Mail* de ce matin. Nous pouvons toutefois vous dire qu'en février dernier le gouvernement a annoncé une stratégie de financement pour la SRC. Un des éléments clé de cette stratégie était l'engagement pris par le ministre de n'imposer aucune nouvelle compression budgétaire à la SRC pour les cinq années à venir.

C'est sur la foi de cet engagement que nous avons fait jusqu'à présent et que nous continuons de faire toute notre planification. Nous ne sommes pas sans savoir qu'on a demandé au ministre de participer pleinement à l'examen des programmes du gouvernement pour toutes les enveloppes de dépenses qui relèvent de sa compétence, y compris celles de la SRC. Le processus d'examen est déjà amorcé, mais aucune décision n'a encore été prise. Nous ne sommes certainement pas en mesure de faire de conjectures sur ce que nous réserve l'avenir. Dans l'attente des décisions qui seront prises, il me semble, monsieur le président, que le travail de votre Comité devient plus essentiel que jamais, et c'est dans ce contexte que nous ferons maintenant notre exposé, si vous le permettez. Merci.

Comme vous le savez, et comme vous avez pu le constater d'après mes remarques d'ouverture, nous nous intéressons passionnément à notre Société, et nous sommes fermement convaincus de son utilité pour le Canada et pour la population canadienne. Aujourd'hui, nous parlerons de notre mandat, de notre programmation et de la place que nous occupons dans le milieu de la radiodiffusion. Nous vous donnerons également un aperçu des résultats de nos sondages sur les auditoires et de la façon dont nous mesurons notre succès.

[*Text*]

Next week we'll show you how the CBC spends its money, describe the regional scope of our operations, and give you a chance to speak directly with the heads of our four media services, English and French, radio and television.

During the course of these hearings you're going to encounter a lot of myths and, hopefully, a few realities. Here are five I would like to put before you right away and hope by the end of these first four sessions we'll have debunked the myths and proved the realities to your satisfaction.

The first myth: Canada doesn't need the CBC any more. The reality: the CBC is a profound force for Canadian identity and sovereignty. It is a primary vehicle for Canadian citizenship and culture. In today's world of globalism and regionalism that role is more important than ever.

The second myth: you can't tell the CBC from the private broadcaster. The reality: our listeners and viewers see and hear all kinds of radio and television programming they simply can't get anywhere else. As the national public broadcaster we have a fundamentally different role to play in the system. That role is to deliver programs to audiences and to treat listeners and viewers as citizens.

The third myth: the CBC is elitist. The reality: we reach large audiences with our distinctive, high–quality Canadian programming. Barry Kiefl, our corporate director of research, will demonstrate that graphically for you a little later in the presentation. He will also have some evidence to contradict another myth, that CBC's information programming is less than fair, balanced and objective.

The fourth myth: the CBC is inefficient. The reality: we provide more services at less cost than other major public broadcasters around the world. Remember, the CBC is not just English television. We operate two television networks and four radio networks, the longest in the world, broadcasting across six time zones in two official languages and in the north in seven native languages, all for about 10¢ a day per Canadian, plus, of course, our other self–sustaining speciality networks.

The fifth myth: the CBC is not accountable. The reality: we are one of the most accountable organizations in the country. We are accountable to Parliament through the Minister of Canadian Heritage. We publish an annual report and present our corporate plans to Treasury Board. We are licensed by the CRTC for our radio and television networks and our radio and television stations. We appear before forums like those organized by the Friends of Canadian Broadcasting. The Broadcasting Act requires annual audits of the CBC by the Auditor General plus a special examination every five years. We have a vice–president of media accountability and an office of the ombudsman. All four of our media services have regular

[*Translation*]

La semaine prochaine, nous vous expliquerons la façon dont nous dépensons notre argent et nous décrirons la portée régionale de nos activités; vous aurez également l'occasion de vous adresser directement au directeur de nos quatre services médias, soit ceux de la radio anglaise et de la radio française, et de la télévision anglaise et de la télévision française.

Je tiens à vous prévenir d'entrée de jeu qu'au cours de ces audiences, certains mythes reviendront très souvent sur le tapis—et, du moins je l'espère, parfois aussi certaines réalités. Voici cinq mythes dont je tiens à vous parler immédiatement, et j'espère qu'à la fin de ces quatre premières séances, nous les aurons démythifier et nous vous aurons convaincus de la réalité.

Premier mythe: Le Canada n'a plus besoin de la Société Radio–Canada. Réalité: La Société est une force qui exerce une influence profonde sur l'identité et la souveraineté canadiennes. C'est avant tout un véhicule pour la citoyenneté et la culture canadiennes. Dans notre monde d'aujourd'hui, marqué par le globalisme et le régionalisme, ce rôle revêt plus d'importance que jamais.

Deuxième mythe: Il est impossible de faire la différence entre la Société et le radiodiffuseur privé. Réalité: Nous offrons à la radio et à la télévision des émissions de toutes sortes qui ne se retrouvent tout simplement pas ailleurs. En notre qualité de radiodiffuseur public national, nous avons un rôle fondamentalement différent à jouer au sein du système. Ce rôle est de livrer des émissions à des auditoires et de considérer les auditeurs et les spectateurs comme des citoyens.

Troisième mythe: La Société est élitiste. Réalité: Nous rejoignons de vastes auditoires grâce à nos émissions canadiennes distinctives et de grande qualité. Barry Kiefl, directeur national de notre Service de recherche, vous en fera une démonstration cet après–midi. Son témoignage viendra également contredire un autre mythe, celui qui veut que les émissions d'information de la Société ne soient pas aussi justes, équilibrées et objectives qu'elles devraient l'être.

Quatrième mythe: La Société n'est pas exploitée de façon efficiente. Réalité: Nous offrons un plus grand nombre de services, à moindre coût, que bien des grands radiodiffuseurs publics d'autres pays: Rappelez–vous que la SRC n'est pas que la Télévision anglaise. Nous avons deux réseaux de télévision et quatre réseaux de radio—les plus longs au monde—qui offrent des services dans six fuseaux horaires, dans les deux langues officielles et, dans le Nord, dans sept langues autochtones. Et tous ces services coûtent environ 10c. par jour par Canadien. Et nous offrons aussi, bien sûr, des services spécialisés qui s'autofinancent.

Cinquième mythe: La Société ne rend de comptes à personne. Réalité: La Société est l'une des organisations qui rend le plus de comptes au pays. Nous rendons des comptes au Parlement, par l'intermédiaire du ministre du Patrimoine canadien. Nous publions un rapport annuel et nous soumettons nos plans d'entreprise au Conseil du Trésor. Le CRTC nous octroie nos licences d'exploitation pour nos réseaux et nos stations de radio et de télévision. Nous participons à des forums comme ceux organisés par les «Friends of Canadian Broadcasting». La Loi sur la radiodiffusion précise que le vérificateur général doit procéder à des vérifications annuelles de la Société de même qu'à un examen spécial tous les cinq ans.

[*Texte*]

program outlets to air and respond to listener feedback. And we answer countless thousands of letters and phone calls from the public.

[*Traduction*]

Nous avons un vice–président à la Responsabilité journalistique et un ombudsman. Nos quatre services médias ont tous, dans le cadre de certaines émissions, des segments réguliers où les réactions des auditoires sont exposées et commentées. Nous répondons à un très grand nombre de lettres et d'appels téléphoniques du public.

• 1555

There are lots of other myths floating around about the CBC and I trust we'll have a chance to address them later in this process.

Il y a de nombreux autres mythes qui entourent la société, et j'espère que nous aurons l'occasion d'en discuter plus tard au cours de cette audience.

Right now, though, let me return to the central question: what makes CBC and SRC unique and valuable to Canadians?

Mais pour l'instant, laissez–moi répondre à la question qui revient le plus souvent: Qu'est–ce qui fait que la CBC et la SRC sont des institutions uniques en leur genre et quel est leur intérêt aux yeux des Canadiens et des Canadiennes?

In 1929 when the Aird commission recommended the creation of the CBC, its purpose was to prevent Canadians from being swamped by an American world view. Its job was to make programs about the Canadian experience and share them with all Canadians. That is as essential in today's difficult economic environment as it was in the equally challenging era of the Depression, even more so in our world of borderless telecommunications, because with every advance in technology, the number of broadcast services has increased and so has the threat to Canadian cultural sovereignty.

En 1929, lorsque la Commission Aird a recommandé la création de la société, c'était pour empêcher que le point de vue américain domine les ondes au Canada. La mission qui avait été confiée à la Société à l'époque était de produire des émissions qui parlaient de l'expérience canadienne et de les partager avec tous les Canadiens et Canadiennes. Cette mission est tout aussi essentielle, dans le contexte économique difficile d'aujourd'hui, qu'elle l'était à la rude époque de la dépression, encore plus dans notre monde des télécommunications sans frontière. En effet, chaque fois qu'il y a eu des progrès dans les technologies des communications, un nombre des services de radiodiffusion s'est accru, tout comme les éléments qui menaçaient la souveraineté culturelle du Canada.

In a few minutes Alain Pineau will describe the market environment in which we operate and explain why in this environment only CBC and SRC can offer a distinctive and uniquely Canadian choice.

Dans quelques minutes, notre vice–président à la Planification stratégique et à la réglementation, Alain Pineau, décrira l'environnement commercial dans lequel nous exerçons nos activités et vous expliquera pourquoi, dans les circonstances, seules la CBC et la SRC peuvent offrir un choix distinctif et uniquement canadien.

Focusing on quality with a broad range of programming, the public broadcaster brings the kind of diversity and breadth Canadian listeners and viewers want and deserve—programs rooted in the Canadian experience; programs that speak to our unique bilingual and multicultural and regional realities; programs that both reflect and nurture Canadian culture; programs of distinction like *Man Alive* and *The Nature of Things*, *Ideas* and *The Arts Tonight*, *Les Filles de Caleb* and *Enjeux*, *Radio–Concert* and *Dimanche Magazine*. These are programs no other broadcaster can or will provide. Their excellence is confirmed both by the large audiences they attract and by the many national and international awards they win, literally hundreds of them a year.

En mettant l'accent sur la qualité et en offrant une vaste gamme d'émissions, le radiodiffuseur privé offre le genre de diversité et de largeur de vue que les auditeurs et les téléspectateurs canadiens veulent et auxquels ils ont droit: des émissions solidement fondées sur l'expérience canadienne; des émissions axées sur nos réalités bilingues, multiculturelles et régionales; des émissions qui reflètent la culture canadienne tout en l'aidant à s'épanouir; des émissions de distinction, comme *Man Alive* et *The Nature of Things*, *Ideas* et *The Arts Tonight*, *Les Filles de Caleb* et *Enjeux*, *Radio–Concert* et *Dimanche magazine*. Il s'agit d'émissions qu'aucun autre radiodiffuseur ne peut ou ne veut offrir. Leur excellence est confirmée à la fois par les vastes auditoires qu'elles attirent et par les nombreux prix qu'elles remportent au Canada et à l'étranger, qui se comptent chaque année par centaines.

The Minister of Canadian Heritage has expressed the hope that these hearings will "lead to a stronger Canadian presence on our airwaves and a positive force for cultural expression." We take great encouragement from those words because they go to the very heart of the corporation's mandate under the Broadcasting Act.

Le ministre du Patrimoine canadien a dit espérer que ces audiences permettront «de renforcer la présence canadienne sur les ondes, et se révéleront une force positive pour notre expression culturelle». Nous sommes très encouragés de l'entendre, car il a bien résumé le mandat que la Loi sur la radiodiffusion a confié à la société.

[*Text*]

I think it's important at the outset of these deliberations for us to take a look at that mandate and how we discharge it. Obviously I can't be exhaustive, but I want to give you some examples of how we discharge the responsibilities entrusted to us by the Parliament and people of Canada.

First of all, the act says that:

> the Canadian Broadcasting Corporation, as the national public broadcaster, should provide radio and television services incorporating a wide range of programming that informs, enlightens, and entertains;

A wide range indeed, from news and current affairs to comedy and light entertainment, from dramatic series and *téléromans* to documentaries and human interest programs, from live concerts and theatrical presentations to professional and amateur sports, from science and religion to agriculture and literature, from programs for children and young people to programs made by and for the disabled.

Clearly the intention of the act is that the corporation should be in the mainstream of Canadian life and media, not on its margins.

From the mandate again: the programming provided by the corporation should be "predominantly and distinctively Canadian".

Our radio services are already virtually 100% Canadian. Our television services are approximately 88% Canadian in prime time.

• 1600

Canadian program production is not just an industrial strategy; it is a cultural imperative. Only on CBC and SRC television will you see weekly showcases for Canadian movies, documentaries and cultural performances. Only on our radio networks will you regularly hear Canadian orchestras and Canadian authors. Only in our information programming can you count on receiving the Canadian perspective on all the events and issues that touch our lives.

The act goes on to say that the CBC should reflect Canada and its regions to national and regional audiences, while serving the special needs of those regions. All of our services are rooted in the regions—60% of the English radio schedule and 54% of the English television schedule are produced outside of Toronto. Regional production for French radio and television networks has increased significantly in the past few years. New French network shows have been launched from places like Moncton, Quebec City, Ottawa, Toronto and Vancouver. Both radio services set aside prime listening time for local and regional programming.

English television recently reintroduced regional late–night newscasts to complement the early evening supper–hour shows, and opened up other weekly windows for regional programming. French television stations across the country also produce their

[*Translation*]

Je pense qu'il est important, dès le début des délibérations, d'examiner de plus près ce mandat, et la façon dont nous nous en acquittons. Je ne peux évidemment pas vous faire un exposé très détaillé à ce sujet, mais permettez–moi de vous donner quelques exemples de la façon dont nous remplissons le mandat qui nous a été confié par le Parlement et par la population du Canada.

Tout d'abord, la Loi stipule que :

> La Société Radio–Canada, à titre de radiodiffuseur public national, devrait offrir des services de radio et de télévision qui comportent une très large programmation qui renseigne, éclaire et divertit.

Une large programmation, en effet : depuis les nouvelles et les affaires publiques jusqu'à la comédie et aux variétés; depuis les séries dramatiques et les téléromans jusqu'aux documentaires et aux émissions d'intérêt humain; depuis les concerts et les pièces de théâtre diffusés en direct jusqu'aux sports professionnels et amateurs; depuis la science et la religion jusqu'à l'agriculture et la littérature; depuis les émissions pour enfants et adolescents jusqu'aux émissions faites par et pour les personnes handicapées.

De toute évidence, la loi a pour objet de placer la société en plein coeur de la vie et des activités médiatiques au Canada.. et non pas dans les coulisses.

La loi dit également : La programmation de la société devrait à la fois être très «principalement et typiquement canadienne».

Le contenu de nos émissions de radio est canadien presque à 100 p. 100. Le contenu de nos émissions de télévision est canadien à environ 88 p. 100 aux heures de grande écoute.

La production d'émissions canadiennes ne correspond pas uniquement à une stratégie commerciale. C'est aussi un impératif culturel. C'est seulement à la télévision de la SRC et de la CBC que vous verrez chaque semaine des films, des documentaires et des spectacles culturels canadiens. C'est uniquement à notre radio que vous entendrez régulièrement des orchestres canadiens et des textes d'auteurs canadiens. C'est seulement sur nos émissions d'information que vous pouvez compter pour connaître la perspective canadienne sur tous les événements et toutes les questions qui touchent nos vies.

La loi précise ensuite que la Société devrait refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays, tant au plan national qu'au plan régional, tout en répondant aux besoins particuliers des régions. Tous nos services ont des racines profondes dans les régions. En effet, 60 p. 100 des émissions de la radio anglaise et 54 p. 100 des émissions de la télévision anglaise sont produites à l'extérieur de Toronto. Les productions régionales pour les réseaux français de radio et de télévision se sont accrues considérablement au cours des dernières années. De nouvelles émissions du réseau français ont été lancées depuis des villes comme Moncton, Québec, Ottawa, Toronto et Vancouver. Pendant des périodes de grande écoute les deux services de radio réservent des créneaux aux émissions locales et régionales.

La télévision anglaise à récemment remis à l'antenne les bulletins de nouvelles régionaux de fin de soirée, en complément des bulletins de début de soirée, et a réservé de nouveaux créneaux hebdomadaires aux émissions régionales. Les stations

[*Texte*]

own *Ce Soir* supper–hour shows. The long–awaited arrival in January of RDI will dramatically enhance the ability of French television to reflect and serve all the regions of Canada in French language information programming.

Again, regional production is more than an industrial strategy. We know that the story of Canada cannot be told from one place or from one point of view. Programs as varied as *North of 60* from Alberta, *Theodore Tugboat* from Halifax, and *Vents d'ouest* from Vancouver reflect the special quality of their regions.

Regional reflection requires regional presence in communities across the country. That's an expensive proposition but an essential one. It yields great benefits to the communities involved—benefits those communities tell us they value as highly as we do.

The act again: "The CBC should actively contribute to the flow and exchange of cultural expression." Here I begin by giving you our two stereo networks and the great contribution they make to Canadian cultural life by broadcasting concerts, commissioning new music and original radio drama, mounting talent competitions and so forth. On television, *Adrienne Clarkson Presents*, *Sunday Arts Entertainment* and *Les Beaux Dimanches* are regular weekly showcases for the arts, supplemented with countless special presentations.

Culture, of course, takes many forms. On our television services, it includes popular drama, variety and sports; on radio, popular music forms that other radio stations don't play.

The act requires that the CBC and SRC programming be in English and French, reflecting the different circumstances of each community and including the particular needs of linguistic minorities, and strive to be of equivalent quality in English and in French. Only the national public broadcaster can fulfil this mandate, producing and distributing all of our services in all parts of the country.

We believe that our historic balance in program spending speaks to the act's goal of equivalent quality, while recognizing different market realities. The CRTC, which recently looked closely at this issue, agrees with us. So does the board of international advisers of the Banff Television Festival, which this year honoured Radio–Canada with the festival's outstanding achievement award for "their contribution to the preservation of a vibrant French language popular culture in a predominantly English–speaking continent".

Still quoting from the Broadcasting Act, "The Corporation is called upon to contribute to shared national consciousness and identity". When *Morningside* links Canadians from coast to coast, when *On the Road Again* and *La Semaine*

[*Traduction*]

de la télévision française partout au pays produisent leur propre version de l'émission *Ce soir* en début de soirée. Et l'entrée en onde du Réseau de l'information, en janvier, que nous attendons avec impatience, renforcera de façon spectaculaire la capacité de la télévision française de refléter et de desservir toutes les régions du Canada dans le cadre d'émissions d'information en français.

Permettez–moi de répéter que la production régionale n'est pas seulement une question de stratégie commerciale. Nous savons que l'histoire du Canada ne peut être racontée d'un seul endroit ni dans une seule perspective. Des émissions aussi variées que *North of 60* de l'Alberta et *Theodore Tugboat* d'Halifax. . .*Vents d'ouest* de Vancouver. . .reflètent les particularités de nos régions.

Mais pour bien rendre compte de la diversité des réalités régionales, nous devons être présents dans les collectivités d'un bout à l'autre du pays. C'est une stratégie coûteuse, mais essentielle, qui produit des avantages innombrables pour les collectivités visées—des avantages auxquels ces collectivités, de leur propre aveu, attachent autant d'importance que nous.

Encore selon la loi, la Société devrait «contribuer activement à l'expression culturelle et à l'échange des diverses formes qu'elle peut prendre». Voici quelques exemples de la contribution précieuse que nos deux services FM stéréo apportent à l'épanouissement de la vie culturelle au Canada: diffusion de concerts, commandes de nouvelles oeuvres musicales et dramatiques originales pour la radio, organisation de concours, etc. À la télévision: les émissions *Adrienne Clarkson Presents*, *Sunday Arts Entertainment* et *Les Beaux Dimanches* mettent en valeur les arts chaque semaine, et d'innombrables présentations spéciales viennent les compléter.

La culture revêt évidemment des formes nombreuses et diversifiées. À la télévision, nous offrons des dramatiques populaires, des émissions de variété et des émissions consacrées aux sports. À la radio, nous diffusons diverses formes de musique populaire que d'autres stations ne diffusent pas.

La loi précise également que la programmation de la Société devrait être offerte en français et en anglais, de manière à refléter la situation et les besoins particuliers des deux collectivités de langues officielles, y compris ceux des minorités de l'une ou l'autre langue; elle ajoute que notre programmation doit chercher à être de qualité équivalente en français et en anglais. Seul le radiodiffuseur public national peut s'acquitter de ce mandat, en produisant et en distribuant tous ses services dans toutes les régions du pays.

Selon nous, le partage traditionnel des dépenses de programmation correspond à l'objectif de la qualité équivalente stipulée dans la loi, tout en reconnaissant les réalités de marchés différents. Et le CRTC, qui a récemment examiné cette question de près, en a convenu avec nous. C'était également l'opinion des conseillers internationaux du Festival de la télévision de Banff qui, cette année, ont rendu hommage à la Société en lui remettant le prix des réalisations exceptionnelles du Festival pour «sa contribution à la préservation d'une culture populaire française dynamique sur un continent où c'est l'anglais qui prédomine».

Pour revenir à la Loi sur la radiodiffusion, elle précise que «la Société doit contribuer au partage d'une conscience et d'une identité nationales». *Morningside*, qui rallie les Canadiens et les Canadiennes d'un océan à l'autre, *On the Road Again* et *La*

[*Text*]

verte tell the stories of rural and small–town Canada, when *D'est en ouest* gives each French radio station a window on the national network, when 80% of francophone viewers tune in to watch *Les Filles de Caleb*, when our services collaborate on the coverage of events such as the World Acadian Congress or the Commonwealth Games and Cultural Festival, this is the CBC actively engaged in the process of nation–building.

[*Translation*]

Semaine verte, qui racontent le Canada rural et celui des petites villes, *D'est en ouest*, qui donnent à chaque station de radio française un créneau sur le réseau national, lorsque 80 p. 100 des francophones regardent *Les Filles de Caleb*, nos quatre services média, qui collaborent les uns avec les autres pour offrir des reportages d'événements de premier plan comme le Congrès mondial des Acadiens ou encore les Jeux du Commonwealth et le Festival de la culture, voilà autant d'exemples d'initiatives dynamiques dans le processus de façonnement d'une nation.

• 1605

Our many news and current affairs programs provide a level of originality, breadth and depth that is simply unmatched elsewhere on Canadian radio and television. That is as true of our regional supper hour shows on television and our local morning shows on radio as it is for the network flagships such as *Prime Time News*, *Le Point*, *The World at Six* and *Les Actualités*.

Nos nombreuses émissions de nouvelles et d'affaires publiques sont d'une originalité, d'une envergure et d'une portée qui n'existent tout simplement pas ailleurs à la radio ou à la télévision au Canada. Et c'est également vrai de nos émissions régionales de début de soirée à la télévision et de nos émissions locales du matin à la radio, tout comme de nos émissions réseau de prestige comme *Prime Time News*, *Le téléjournal* et *Le Point*, *The World at Six* et *Les Actualités*.

These programs and many others help Canadians understand events and issues unfolding in their country so they can participate as informed citizens in the democratic process.

Ces émissions, et de nombreuses autres, aident les Canadiens et les Canadiennes à mieux comprendre les événements et les questions d'actualité qui intéressent le pays, et leur permettent de participer plus efficacement au processus démocratique.

The Broadcasting Act also requires CBC/SRC services to be made available throughout Canada by the most appropriate and efficient means and as resources become available for the purpose. Our television and mono radio services are available over the air to about 99% of the Canadian population in each official language and our stereo radio services to about 75%. This is a major responsibility and of course a major expense.

Toujours selon la loi, la programmation anglaise et française de la Société doit être offerte partout au Canada de la manière la plus adéquate et efficace, au fur et à mesure de la disponibilité des besoins. Nos émissions de télévision et de radio en mono peuvent être captées en direct par environ 99 p. 100 de la population canadienne dans les deux langues officielles, et nos émissions stéréophoniques de la radio, par environ 75 p. 100 de la population. Cela représente une responsabilité de taille et de grandes dépenses.

We maintain production centres in 39 locations. We own and operate some 1,242 transmitters. When you add our 33 affiliates and their rebroadcasters plus community–owned stations and their rebroadcasters, CBC programming is carried on some 1,550 transmitters across Canada. Even in these difficult economic times we continue to look for opportunities to improve our coverage and expand our local presence. We've had some recent successes in that area.

Nous avons des centres de production dans 39 endroits. Nous possédons 1 242 émetteurs dont nous assurons l'exploitation. Si l'on y ajoute nos 33 stations affiliées et leurs ré–émetteurs, en plus des stations communautaires et des ré–émetteurs communautaires, cela représente environ 1 550 émetteurs qui transmettent les émissions de la société partout au Canada. Même en ces temps de marasme économique, nous continuons de rechercher des moyens d'améliorer notre rayonnement et d'élargir notre présence locale. Et nous avons connu certains succès ces derniers temps dans ce domaine.

We are also actively preparing for the arrival of digital radio broadcasting and we are exploring alternative ways of distributing our television services. But the fact is that conventional over–the–air broadcasting will remain the backbone of the national public broadcasting system well into the 21st century.

Nous nous préparons activement à l'arrivée de la radio numérique et nous examinons des moyens de rechange pour diffuser nos services de télévision. Mais il ne faut pas oublier que la radiodiffusion conventionnelle en direct demeurera la pierre de touche de notre système national de radiodiffusion public jusqu'en l'an 2000 et bien au–delà.

Finally, we are called upon to reflect the multicultural and multiracial nature of Canada. This is another area where much progress has been made in recent years. I think of English television series like *Inside Stories* and *Road Movies, *North of 60*, with its strong aboriginal characters, and *The Diary of Evelyn Lau*, describing the experience of a young Chinese–Canadian on the urban streets of this country.

Finalement, la loi nous demande de refléter le caractère multiculturel et multiracial du Canada. Il s'agit là d'un autre domaine où de grands progrès ont été accomplis ces dernières années. Je pense par exemple à des séries de la télévision anglaise comme *Inside Stories* et *Road Movies*, *North of 60*, qui mettent en scène des personnages autochtones bien étoffés; *The Diary of Evelyn Lau*, qui décrivait les expériences d'une jeune canadienne d'origine chinoise dans les rues d'une grande ville.

[*Texte*]

Many of the youth programs on French television and on radio, programs like *Roots* and *Wings* and *Des musiques en mémoire*, explore world music from other cultures. Throughout our schedules we present the faces and voices and experiences of an increasingly diverse Canadian society.

We have also significantly increased the amount of cross–cultural program exchange between the English and French services. Last year English television presented two hours a week of French television production with shows like *Émilie*, *Blanche*, *Scoop*, with French television broadcasting English series like *North of 60*, *Northwood*, *Road to Avonlea* and *The Boys of St. Vincent*.

On radio there's extensive and ongoing exchange of music concert material and there are more and more cooperative productions and even bilingual presentations in both the information and performance areas.

I've probably gone on a little longer than I should have, Mr. Chairman, but in fact I've only scratched the surface of our activities. We hope over the next four occasions, and perhaps more after that, to explore some of these areas.

I'd now like to call on Alain Pineau to put what we do into a broader context, with a few observations about the environment in which we operate, the world of Canadian broadcasting, arguably the toughest media market in the world.

Alain.

M. Pineau: Merci, Michael.

Trois éléments caractérisent le milieu canadien de la radiodiffusion. D'abord, la taille limitée de notre marché par rapport à celui de notre voisin les États–Unis. Deuxièmement, la fragmentation de l'auditoire. Troisièmement enfin, le développement des services d'abonnement, c'est–à–dire la télévision payante et les services spécialisés.

[*Traduction*]

Un grand nombre des émissions jeunesse de la télévision française, et à la radio, des émissions comme *Roots* et *Wings* et *Des musiques en mémoire*, qui explorent la musique d'autres cultures. Grâce aux émissions inscrites à nos grilles horaires, nous présentons les voix, les visages et les réalités d'une société canadienne de plus en plus diversifiée.

Nous avons également beaucoup accru les échanges interculturels entre les services anglais et les services français. L'an dernier, la télévision anglaise a réservé un créneau de deux heures par semaine à la production de la télévision française et à diffuser des émissions comme *Émilie*, *Blanche* et *Scoop*. La télévision française diffuse des séries de la télévision anglaise comme *North of 60*, *Northwood*, *Road to Avonlea* et *The Boys of St. Vincent*.

À la radio, nous avons un important programme d'échanges réguliers de matériel musical, il y a de plus en plus de coproductions et même de présentations bilingues dans les domaines de l'information et des arts de la scène.

J'ai probablement dépassé le temps qui m'était réservé, monsieur le président, même si je n'ai fait qu'un survol superficiel de nos activités.

J'aimerais maintenant céder la parole à notre vice–président à la planification, Alain Pineau, qui vous situera dans un contexte plus général et qui vous parlera de l'environnement dans lequel nous exerçons nos activités, c'est–à–dire le monde de la radiodiffusion canadienne, qui est probablement l'un des marchés médias les plus difficiles au monde.

Alain.

Mr. Pineau: Thank you, Michael.

The broadcasting environment in Canada is characterized by three factors—first, the size of the market compared to the size of out neighbour—the United States. Second, market fragmentation. Finally, the development of subscription services—pay and specialty.

• 1610

Bien que le marché francophone soit moins sujet à l'influence américaine que le marché anglophone, sa taille encore plus restreinte le met aux prises avec le même genre de problème. Tous ces éléments aboutissent au même résultat. Dans ce domaine, il est difficile sinon impossible de faire des profits tout en produisant une programmation de qualité qui est concurrentielle avec les produits américains. Comme Radio–Canada a d'abord pour mission de produire des émissions à contenu canadien, et on vient de le voir avec l'exposé que Michael vient de vous faire, c'est pour nous une grande préoccupation.

The United States creates a continuing supply of inexpensive programming—not inexpensive for them, mind you; it does cost a lot to produce. For example, an hour of American prime time drama costs anywhere from $1 million to $1.2 million U.S. You may or may not know that most American entertainment programs lose money in their first–run domestic market. They can only make money if they last long enough to be syndicated, and a lot of them go to the garbage bin very

While the French–speaking market is less subject to influence of the US, its even smaller size creates a similar problem. All of these factors have had one major result—it's difficult and often impossible, to make Canadian programs of a quality that can compete with American programs—and still make money in this market. Since making distinctive Canadian programs is what the CBC is all about, as Michael has just described in his presentation, this is the biggest concern we have.

Les États–Unis génèrent un flot continu d'émissions à prix avantageux pour les acheteurs. Cependant la production de ces émissions leur coûte une fortune. Par exemple, une dramatique d'une heure diffusée aux heures de grande écoute peut atteindre de 1 à 1,2 million de dollars américains. Peut–être l'ignorez–vous, mais la plupart des émissions de variétés américaines entraînent des pertes financières, la première fois qu'elles sont télédiffusées à l'échelle nationale. Elles ne peuvent rapporter

[*Text*]

quickly. For a successful program, however, foreign sales are gravy, so they sell in Canada and all around the world for a tiny fraction of what they cost to make because they've already recovered their cost on their domestic market.

In radio, American imports means music, and now even syndicated shows or satellite. In television, high–quality drama, sit–coms, sports, news clips and even current affairs are available to Canadian broadcasters at bargain prices, much cheaper than producing them here. Any business would of course import wherever possible and that's what they do. Only in local news is there any economic incentive to produce locally or nationally, and even then the regular use of American news clips reduces cost.

Canadian drama is the most difficult because it's the most expensive. Where private broadcasters buy drama at all, it is heavily subsidized by Telefilm money. It is just as subsidized as our productions are, and it must be made for export, which means that it's less distinctively Canadian than it should be. This is nobody's fault; it's just a fact of life that Americans don't usually want to watch programs that are clearly about Canadians, so the market for distinctively Canadian drama is much smaller, a fact that is much worse for French language Canadian drama of course.

Radio–Canada investit ses ressources financières à la fois dans la qualité et dans la diversité afin de produire des émissions que, même avec la meilleure volonté du monde, les radiodiffuseurs privés n'auraient pas les moyens de faire. Après tout, ils ne se sont pas lancés en affaires pour perdre de l'argent. Une partie de la programmation que Radio–Canada a le mandat de produire ne rapporte pas sur le plan commercial. C'est d'ailleurs pourquoi dans un pays comme le nôtre, il y a et, à notre humble avis, doit y avoir un radiodiffuseur public.

Cependant, nous sommes une créature hybride. Depuis la toute création de la Société Radio–Canada, SRC doit aussi être un radiodiffuseur rentable. Nous devons générer un revenu. Certaines de nos activités génèrent des profits qui nous permettent de nous acquitter de notre mandat de produire des émissions canadiennes de grande qualité dont le pays a besoin.

Il s'agit là d'un compromis, mais je dois dire que c'est un compromis dont nous n'avons pas honte. Il est préférable d'être commercial et de produire davantage de bonnes émissions canadiennes que de ne pas l'être et de ne pas pouvoir se le permettre. Cependant, cette concession nous empêche parfois de conférer à nos grilles–horaires de télévision là où on fait la plupart de nos revenus un caractère aussi distinct, et cela comme nous le souhaiterions et comme certainement plusieurs de nos critiques le souhaiteraient.

[*Translation*]

que si elles durent assez longtemps pour être souscrites, et beaucoup d'entre elles sont retirées très vite. Dans le cas d'émissions à succès, par contre, la vente à l'étranger représente une source de profit rapide, d'où la possibilité de nous les vendre—et de les vendre partout au monde—pour une bouchée de pain en comparaison de leurs coûts de production qui ont déjà été récupérés dans le marché national.

En matière radiophonique, les importations américaines portent avant tout sur la programmation musicale et vont, maintenant, jusqu'à englober des émissions souscrites relayées par satellites. À la télévision, des dramatiques, des comédies de situation, des manifestations sportives, des reportages et même des actualités sont offerts aux radiodiffuseurs canadiens à un prix nettement inférieur à ce qu'il leur en coûterait de les produire eux–mêmes. Toute entreprise a donc intérêt à importer ce genre de programme dans la mesure du possible, et c'est ce qui se fait. Seule la production de nouvelles locales ou nationales comporte des avantages économiques, mais encore là l'utilisation régulière de bulletins américains contribue à diminuer les coûts.

Au Canada, c'est la production de dramatiques qui présente le plus de difficultés, vu ses coûts plus élevés. Les rares fois que les diffuseurs privés s'associent à la production de dramatiques, il leur faut des subventions considérables de Téléfilm. Ces émissions sont tout aussi subventionnées que les nôtres. Il leur faut également l'assurance que ces émissions sont exportables—pas question d'émissions trop identifiées au Canada. La faute n'incombe à personne: il est bien connu que les Américains n'apprécient généralement pas les émissions s'adressant de toute évidence aux Canadiens, ce qui diminue encore le marché des émissions vraiment canadiennes. Il va sans dire que la situation des dramatiques canadiennes en français est bien pire.

CBC uses its money for quality. We use our money for diversity—to create, again, programs that private broadcasters—with the best will in the world—can't do. They're not in business to lose money. Part of the programming that CBC is mandated to make is not commercially profitable. That's why we have—and should have, in our humble opinion—a publicly–funded broadcaster.

We are a hybrid creature. Since the very beginning, CBC has also had to be a commercial broadcaster. We are supposed to be revenue generating. Some of what we do, we do to make money, so we can fulfill the mandate better—so that we can afford the high–quality, distinctively Canadian shows that we must make to be useful to Canada.

It's a compromise that's worth making, and we don't apologize for it. It's better to be commercial and make more good Canadian programs than to be non–commercial and not make it. But the compromise prevents our tv schedules—which bear the burden of generating most of the commercial revenue for the whole corporation—from being as distinctive as we would like them to be and certainly as some of our critics would like them to be.

[*Texte*] [*Traduction*]

• 1615

Voilà donc la première caractéristique du milieu dans lequel Radio–Canada fonctionne: la taille restreinte du marché canadien.

La deuxième caractéristique, c'est la fragmentation de l'auditoire. La radio a été la première à souffrir de ce phénomène. Lorsque la télévision est apparue, elle a ravi à la radio ses recettes publicitaires, si bien que la radio privée ne pouvait plus consacrer beaucoup de ressources à produire des émissions de qualité. Les stations radiophoniques se contentent désormais de présenter des nouvelles, de faire des tribunes téléphoniques, une formule qui est particulièrement pas chère, et de faire tourner des disques.

Aujourd'hui, d'autres genres de publicité rognent leurs recettes. Comme la programmation de la radio privée s'affaiblit constamment et comme beaucoup de stations AM particulièrement au pays perdent de l'argent à chaque année, le secteur privé commence à recourir à ce qu'on appelle, en français, les services souscrits, souvent d'origine américaine, et les services qui leur sont offerts par satellite. Donc, cela ne contribue pas beaucoup à l'identité canadienne.

L'éventail musical se résume à peu près à la musique rock dans la plupart des marchés. C'est le genre de musique qui touche le plus grand nombre de personnes, mais cela réduit forcément le choix disponible autant pour les jeunes que pour les adultes.

Les stations privées de radio, et vous le savez en lisant les journaux, ont aussi commencé à fermer ou à réduire leurs salles de nouvelles. Si c'est une tendance qui se maintient, particulièrement au Québec, on peut voir venir le jour où Radio–Canada sera la seule source de nouvelles originales à la radio.

In television a similar fragmentation has happened, but it's at a different stage of development. As more television services enter the Canadian market through cable, the audiences for each channel get smaller. People feel that a 10% share is a low market share today, but in the 200–channel universe an average share will be one–half of 1%. Admittedly, some will have more, but some will have less. This is the reality of fragmentation. Its consequence is less expensive and usually lower–quality programming.

The net result of all this is that Canadian broadcasters can afford to produce some program types but not, for the most part, types like drama, which is the type of program that interests audiences most, and more to the point they can't afford to play them in prime time when people are watching television in great numbers. They must use the prime time to generate revenue by playing American programs as much as possible simultaneously with American networks.

It is true that in the French market the viewer sees more Canadian programming in prime time, but there the diversity of private Canadian programming, the different genre of programming, is restricted by commercial considerations also.

CBC responds to this situation by being Canadian in prime time. We'd like to be Canadian all the time but we can't afford to in the current environment. So we do the next best thing.

So that is the first factor in the marketplace—the small size of the distinctively Canadian market.

Audience fragmentation is the second factor. Radio was the first to suffer from this. When television came along, it took ad revenue from radio, and private radio couldn't afford quality programming anymore. Stations limited themselves more and more to local news, discs and phone–in shows, which are particularly cheap.

Now other forms of advertising are taking away more revenue and private radio gets cheaper still and many am stations in particular are losing money every year. The private sector is starting to rely on syndicated programming—often American—provided by satellite. This does not contribute a great deal to reflecting Canadian identity.

The diversity of music offered has been virtually reduced to rock format in most markets. This is the type of music that appeals to the biggest demographic—reducing choice for both teenagers and older adults.

Private radio stations, and you are aware of this from reports in the newspapers, have also started to close or reduce their newsrooms. If this trend continues, particularly in Quebec, we may see a day when SRC is the only source of original radio information.

Du côté de la télévision, on observe une fragmentation similaire de l'auditoire, mais selon des règles différentes. À mesure que le nombre de services offerts augmente grâce au câble, l'auditoire de chaque chaîne diminue. De nos jours, on considère comme négligeable une part d'auditoire de 10 p. 100. Cependant, dans un marché de 200 chaînes, la part d'écoute sera d'un demi pour cent, pourcentage que certaines chaînes n'atteindront même pas. Voilà ce qu'est la fragmentation. Son résultat: encore une fois une programmation bon marché, de qualité inférieure dans la plupart des cas.

Il en découle que les radiodiffuseurs canadiens peuvent produire certains genres d'émissions, mais généralement pas de dramatiques, le genre de programmation qui intéresse le plus l'auditoire. Et surtout, ils ne peuvent se permettre de diffuser ces émissions aux heures de grande écoute. Ils doivent profiter de ce créneau de pointe pour générer des recettes en présentant des émissions américaines autant que possible en même temps qu'elles sont présentées sur les réseaux américains.

Si le marché francophone jouit d'un plus grand choix d'émissions canadiennes aux heures de grande écoute, il ne faut pas oublier qu'il compte moins de diffuseurs privés donc de moins de genres différents d'émissions pour des raisons commerciales.

En réponse à cette réalité, la SRC a canadianisé sa grille aux heures de grande écoute. Nous souhaiterions que cette grille soit entièrement canadienne, mais nous n'en n'avons pas les moyens. Alors nous optons pour la meilleure solution, compte tenu des circonstances.

[*Text*]

The rating statistics show that CBC gets 43% of the viewing of English Canadian programs in prime time. In a world of 30 to 40 channels, which is the one that we experience now in large centres, that's very good, but it's not the only measure of success. You also have to look at the kinds of programming, the distinctiveness of the programming.

Nous vous avons distribué, je crois, un cahier et je vais vous y référer pour un document. Vous pourrez regarder le reste par la suite, parce que tout cela reflète des choses qu'on dit aujourd'hui.

Les premières pages—je me réfère à ces pages–ci qui sont peut–être en–dessous de la pile à droite des tableaux—portent sur la grille de deux journées en mars dernier dans trois villes canadiennes, tel que relevé dans le *TV Guide*. Je vais me concentrer sur la page qui s'intitule

TV stations available on cable in Vancouver during prime time, and it's the one with the English programming. Actually, I'm sorry, it has both on it.

[*Translation*]

La télévision anglaise de la SRC obtient 43 p. 100 des cotes d'écoutes des émissions canadiennes aux heures de grande écoute. C'est un score enviable dans un contexte de 30 à 40 chaînes, ce qui est maintenant le cas dans les grands centres. Cependant, ce n'est pas la seule mesure de la réussite. Il faut aussi s'arrêter au genre d'émissions, au caractère distinct de la programmation.

We circulated a small binder and I'd invite you to look at one of the documents it contains. You can look at the rest later, because all the material refers to things we said here in our presentations today.

The first pages—and I'm referring to these pages which may be under the pile on the right of the charts—are devoted to program schedules from three Canadian cities for two days in March of last year, as they appeared in the *TV Guide*. I will be focusing on the page entitled

stations de télévision disponibles avec le câble à Vancouver pendant les heures de grande écoute, qui est composé d'émissions en anglais. Je m'excuse, en fait il y a des émissions dans les deux langues.

• 1620

Ces jours ont été retenus parce qu'ils sont assez représentatifs de la situation générale. Ce sont deux journées qui reflètent bien les statistiques sur l'ensemble de l'année. Dans le cas de Vancouver, par exemple, vous allez remarquer qu'en jaune, les principaux services de Radio–Canada, tant français qu'anglais, sont pour ces deux journées–là en *prime time* canadien à 100 p. 100.

We picked these days because they're fairly typical of the overall statistics, but they illustrate them in a real way. If you look at Vancouver, you'll see that CBC's main services are, on these two days, 100% Canadian in prime time.

Vous allez également remarquer, en gris, un certain nombre d'émissions canadiennes aux chaînes spécialisées. Par contre, vous allez aussi remarquer qu'il y a très peu de contenu canadien aux chaînes privées. Vous allez constater, au contraire, que les diffuseurs privés présentent des émissions américaines en même temps que les diffuseurs américains. C'est ce que je disais plus tôt. Cela leur permet de substituer sur le cable leur propre signal; cela leur fournit un auditoire additionnel et évidemment, cela leur permet d'avoir des revenus plus considérables avec les commerciaux qu'ils vendent.

You will see some Canadian material on the specialty services, in the grey area, but very little on private broadcasters. Instead, you will see that private broadcasters are playing their American shows, and playing them at the same time as the American networks. This allows them to have their signal substituted in place of the American signal on cable, which allows them to claim the extra audience, and ad revenue.

Parler ainsi n'est pas critiquer l'action des diffuseurs privés. Si j'étais à leur place, je serais condamné à faire la même chose. Mais c'est simplement rendre compte d'une situation qui découle de la réglementation et aussi des forces du marché; ce que cette situation démontre cependant, c'est pourquoi il ne faut pas se servir uniquement des cotes d'écoute pour juger de la réussite d'un diffuseur public. M. Godfrey a indiqué que définir des indicateurs de rendement pour le diffuseur public, c'était une partie de votre mandat. Nous aurons l'occasion au cours de ces audiences de revenir sur ce sujet. C'est un sujet très important. Je me bornerai donc à dire aujourd'hui que la cote d'écoute n'est pas la seule mesure dans ce contexte parce que produire des émissions canadiennes distinctes, que ce soit le diffuseur public ou quelqu'autre diffuseur provincial ou privé, fait admettre au départ qu'on ne peut pas gagner la bataille des cotes d'écoute. C'est particulièrement vrai au Canada anglais. Tous les faits le démontrent très clairement.

Please understand that we're not criticizing them for doing this. If I were in their place, I would have to do the same thing. This is just the way the regulations and the market works. But it's a good example of why ratings, by themselves, are not a good measure of success for a public broadcaster. As Mr. Godfrey indicated, the definition of performance indicators for a public broadcaster fell under your order of reference. We will have the opportunity during these hearings to come back to this very important matter. Suffice it to say today that ratings are not the only measure in this context because to make distinctive Canadian programming, be it a public broadcaster or any other provincial or private broadcaster, is to begin by acknowledging that you won't win the ratings game. It is particularly true in English Canada. This situation is clearly demonstrated by all the facts.

La fragmentation des auditoires veut dire deux choses pour Radio–Canada: d'une part, une pression accrue sur nos sources de revenus, ce qui rend notre programmation plus vulnérable.

For the CBC, fragmentation means two things. It means that there is ever–increasing pressure on our revenue sources—and that makes our programming vulnerable.

[*Texte*]

But more to the point, it makes it harder to serve Canadians. We have one outlet, as these tables show, among scores of channels. The shelf space for Canadian programming in the broadcasting marketplace is very limited, and it is shrinking every year, particularly, but not exclusively, in English Canada.

Now, let's move to the third factor, the development of direct payment television, by which I mean video rentals, and cable fees, both basic cable fees and fees that go to pay TV and speciality services. I believe you're going to hear from Mr. Ken Goldstein of Winnipeg later in your hearings. Mr. Goldstein has done some very interesting work on revenues and programming expenses in the Canadian broadcasting system. One of the things he has demonstrated is that direct revenue—video rentals and cable subscriber fees—is the only real growth factor in the system. Ad revenue is more or less flat. Subsidy from Parliament, whether it be to the CBC or to Telefilm, is declining in real terms, in real purchasing power. It's been declining for quite a while, and there's no indication it's going to go up, if I read the paper correctly. Only direct revenue is growing, and it is growing fast.

But Mr. Goldstein shows one other thing. He shows that this money is not coming back into programming, particularly not back into Canadian programming. Let's take the video rental industry. This is an unregulated industry, which contributes almost nothing to Canadian programming. In most video stores you can't even find a Canadian movie on the shelves, even when you look hard. If you can find one, you are likely to find it in the foreign or international section. These are American chain stores and to them Canada is foreign. That's Canadian content for you.

• 1625

Even if we look at the regulated part of the industry, broadcasting and cable, Goldstein shows that the cable industry has nearly 38% of the total revenue of the system but is responsible for only 6.4% of the amount spent on Canadian programming. Most of that is spent on community channels, and we know how much viewing that gets.

Some subscription revenue goes to specialty services, of course, and some of these do quite a lot of Canadian programming. *Newsworld*, of course, I'm glad to say, does a great deal of Canadian programming, but specialty services must concentrate on the less expensive types of programming and they play the shows many times. That's the nature of specialty services. Even the sports is repeated the next day.

By contrast, CBC's total budget represents close to 20% of the total revenue in the broadcasting system in Canada. The parliamentary appropriation to the CBC represents 13% of the total money available in the Canadian broadcasting system; yet the same study shows that CBC spending accounts for 42% of all the money spent on Canadian programming. That's why we need a public broadcaster.

[*Traduction*]

D'autre part, il devient de plus en plus difficile de servir les Canadiens. Nous ne sommes, comme l'indiquent ces tableaux, qu'une source d'émissions parmi beaucoup d'autres—la place des émissions canadiennes dans le marché est restreinte et diminue chaque année, particulièrement, mais pas exclusivement au Canada anglais.

Le troisième élément, c'est la télévision dite payante, soit la location de vidéos d'une part et l'abonnement au câble, tant pour le service de base que pour la télévision payante et les chaînes spécialisées d'autre part. Je crois que M. Ken Goldstein de Winnipeg comparaîtra plus tard devant ce comité. M. Goldstein a fait des recherches intéressantes sur les recettes et les dépenses de programmation dans le système canadien de radiodiffusion. Il a découvert, entre autres, que les recettes directes—la location de vidéos et les recettes d'abonnement—constituent le seul secteur en croissance dans tout le système. Les recettes publicitaires n'augmentent pas. Les crédits parlementaires à la SRC ou à Téléfilm diminuent en ce qui a trait au pouvoir d'achat réel. Ils diminuent depuis un certain temps, et rien ne porte à croire qu'ils vont augmenter, d'après ce que je lis. Seules les recettes directes augmentent, et rapidement.

M. Goldstein a également découvert que l'argent n'est pas réinvesti dans la programmation, encore moins dans la programmation canadienne. Prenons l'exemple du secteur de la location de vidéos. Le commerce de la location de vidéos fonctionne dans un cadre non réglementé et n'offre à peu près aucun soutien à la programmation canadienne. Dans la plupart des magasins de vidéos, il est quasiment impossible de trouver un film canadien, même en cherchant bien. Lorsqu'il en existe un, il risque fortement d'être rangé dans la section internationale ou étrangère. Ces magasins appartiennent aux Américains et, pour ces derniers, le Canada constitue un pays étranger. Voilà ce que l'on considère comme le contenu canadien.

Même dans les secteurs de l'industrie qui sont soumis à la réglementation, soit la radiodiffusion et la câblodistribution, M. Goldstein démontre que les câblodistributeurs encaissent près de 38 p. 100 des recettes totales du système, mais ne comptent que pour 6,4 p. 100 des dépenses de production d'émissions canadiennes. La majeure partie de ces dépenses est engagée dans la production d'émissions communautaires, qui attirent de très faibles auditoires.

Une partie des recettes de l'abonnement est versée aux services spécialisés, bien entendu, et certains d'entre eux produisent un très grand nombre d'émissions canadiennes. C'est le cas en particulier de *Newsworld*, je suis heureux de le dire, mais les services spécialisés doivent s'en tenir à des émissions bon marché, et ces émissions sont rediffusées à maintes reprises. C'est la nature même des services spécialisés. Même les matchs sportifs repassent le lendemain.

À l'inverse, le budget global de la SRC équivaut à près de 20 p. 100 des recettes totales du système de radiodiffusion au Canada. Les crédits parlementaires alloués à la SRC représentent 13 p. 100 de l'ensemble des fonds alloués aux radiodiffuseurs canadiens; pourtant, il ressort de la même étude que la SRC est responsable de 42 p. 100 de toutes les dépenses effectuées en matière de production d'émissions canadiennes. C'est pourquoi nous avons besoin d'un radiodiffuseur public.

[*Text*]

Le résultat global est que les recettes directes de location ou d'abonnement au câble sont les seules à générer de nouveaux revenus dans le système sans pour autant servir à la production d'émissions canadiennes. C'est face à tout cela que la Société Radio–Canada a décidé de se lancer dans les services spécialisés. Et je dois dire que nous sommes satisfaits. On connaît un bon succès avec *Newsworld*, et nous sommes conscients qu'avec *RDI* et avec *Showcase*, le partenariat qu'on a dans la nouvelle chaîne, nous allons également bien réussir. Malheureusement, les recettes d'abonnement ne peuvent pas être utilisées pour améliorer le service de base tant et si bien que c'est une stratégie qui a des retombées relativement restreintes pour nous.

En résumé, en raison de la loi du marché, on ne peut pas s'attendre à ce que les radiodiffuseurs privés, et surtout les radiodiffuseurs privés anglophones soient d'ardents promoteurs des émissions canadiennes, tant sur le plan de la quantité que sur celui de la qualité. Ils le feront seulement s'ils sont subventionnés comme nous le sommes. Le caractère canadien des émissions produites chez nous par les radiodiffuseurs privés anglais, à l'exception des nouvelles locales, doit s'entendre d'abord dans un sens industriel, pas dans un sens culturel. Ils produisent des émissions qui s'exportent, et avec l'aide des deniers publics. Quant aux services spécialisés, même s'ils apportent une contribution de qualité—et on est les premiers à le reconnaître—, ils n'ont pas les moyens de réaliser des émissions canadiennes de grande qualité, particulièrement des dramatiques, qui peuvent attirer de vastes auditoires aux heures de grande écoute, et qui contribuent de façon populaire au reflet culturel du Canada.

Nous ne sommes pas ici aujourd'hui pour parler de l'avenir. Vous avez dit: On va revenir plus tard pour parler de l'avenir. Toutefois, il faut que je souligne au moins que les trois éléments que l'on vient d'évoquer continuent de progresser. L'industrie américaine du divertissement est en plein essort. Il y a plus de chaînes américaines qui sont autorisées à distribuer leur signal au Canada. Il y a davantage de ces chaînes qui sont offertes sur le câble, si bien qu'on peut s'attendre à une fragmentation encore plus grande du marché. Les recettes directes, je l'ai dit, celles provenant de la location de vidéos, d'abonnements, vont jouer un rôle de plus en plus grand dans le système.

Again, this is nobody's fault. It's just the way the marketplace works. What it demonstrates, though, is that it is a myth that the CBC's contribution can be replaced by private parts of the system. Without even addressing the question of the distinctiveness of the programs produced, which is the real value, even in purely economic terms, the contribution of the CBC cannot be replaced by the market.

Thank you.

Mr. McEwen: Thank you, Alain.

Now, perhaps, Mr. Chairman, we could have a brief tour of our audiences and the fragmentation that we've just heard about, and a little bit about the perception of the public broadcaster.

• 1630

Mr. de Jong (Regina—Qu'Appelle): Will we be getting Alain's comments?

[*Translation*]

The net result is that while subscription revenue is becoming the only source of new revenue in the system, it is not going to Canadian programming. CBC's response is to be in the specialty service business. And I must say that we are quite satisfied. Newsworld has been quite successful and we are aware of the fact that with RDI and Showcase, the partnership that exists in the new channel, we will also be successful. Unfortunately, we are prevented from using our subscriber fees to help our main channels, so it's a strategy with limited potential for us.

In sum, the economics of the marketplace dictate that you cannot expect the private broadcaster to support very much Canadian programming in terms of quantity or quality. They will only do it if they are subsidized as we are. Apart from local news, it will be Canadian programming largely in the industrial sense, and not cultural sense. Their programming is for export and supported by taxpayers' money. As for specialty services, while making a contribution in quantity terms—and we are the first ones to recognize it—they cannot afford to do the high quality programming, particularly dramas, that will attract a substantial number of Canadians to watch Canadian programs in prime time and that contribute at the grassroot level to reflect Canadian culture.

We are not here today to talk about the future. You said that we would come back later on to talk about it. However, I must at least emphasize the fact that the three trends we have just referred to are increasing in strength. The U.S. entertainment industry is booming—more channels are being licensed in Canada, and more American channels are being imported by cable—and therefore the market will fragment further. Direct payment revenue, as I said, generated by video rental and subscription will increasingly dominate the system.

Personne n'est responsable de cet état de fait. C'est simplement le résultat de la loi du marché. Toutefois, il est vain de croire que la contribution de la SRC peut être remplacée par une partie quelconque du secteur privé. Sans même s'arrêter au caractère distinct de la programmation, à ce que cette programmation représente pour le Canada, force est de constater que, même d'un point de vue purement économique, le marché ne peut remplacer la contribution de la SRC.

Je vous remercie.

M. McEwen: Merci, Alain.

Si vous le voulez bien, monsieur le président, nous pourrions maintenant faire quelques brèves remarques au sujet de notre auditoire et de la fragmentation dont nous venons de parler, et traiter pendant quelques instants de la perception du radiodiffuseur public.

M. de Jong (Regina—Qu'Appelle): Pourrons–nous poser des questions à Alain?

[*Texte*]

Mr. McEwen: Yes.

Mr. Hanrahan: A point of information, Mr. Chairman. You gentlemen are going to be with us for the next number of days. Would it be possible to get a copy of your comments prior to your presentations so we can follow with you? There's an awful lot of data in what you've just said.

Mr. Pineau: Okay. Sorry.

Mr. Barry Kiefl (Corporate Director, Research, Canadian Broadcasting Corporation): Before I begin looking very briefly at trends in radio and TV audiences, I'd like to talk just for a minute or two about the methodologies we use to collect information about audiences for both radio and TV. The corporation subscribes to the conventional audience rating services that are produced by the Bureau of Broadcast Measurement and by A.C. Nielsen.

The methods they use are really twofold. One is a diary technique. A representative sample of Canadians are sent a radio or a TV diary. The clerk is going to pass out copies, if she hasn't already, of these diaries. They're a very simple technique actually, used world-wide, particularly in the radio area. A respondent to a survey is asked to keep track on a quarter hour by quarter hour basis of what stations they listen to or, in the case of television, what stations they watch.

We also conduct our own commissioned survey of respondents on a national basis, not every week of the year but on selected weeks, asking people to rate the quality of the programs the CBC television networks put on the air. We do it less frequently for the radio services. These qualitative surveys still use large, representative, scientifically randomly drawn samples of Canadians, just as the BBM or the Nielsen ratings do. However, instead of just trying to determine whether there's somebody in front of the television set or somebody listening to the radio, with this kind of survey we are trying to get at the impact these programs are having. We ask respondents, while we're asking them to rate the quality of programs, usually a series of questions about the content of those programs.

The Chairman: Can you tell if they're asleep?

Mr. Kiefl: We can tell occasionally if they're asleep. In fact there have been occasions when the Nielsen people-meter system, which is not a diary technique — I'll explain it in a minute. It is a device like this and has actually been used by various police forces to determine whether someone has deceased in the house, if not fallen asleep.

The most sophisticated technique that's used in the ratings business today is this little device here. There is more technology than I have in my hand. I'll pass it around, actually, if people would like to take a look at it.

The Chairman: Can you tell us how it works?

[*Traduction*]

M. McEwen: Oui.

M. Hanrahan: Un renseignement, monsieur le président. Je demanderais à nos témoins, puisqu'ils vont être parmi nous pendant un certain nombre de jours, de bien vouloir nous faire parvenir le texte de leur exposé à l'avance pour que nous puissions les suivre. Les remarques qui viennent d'être faites étaient riches en renseignements.

M. Pineau: Entendu, veuillez m'excuser.

M. Barry Kiefl (directeur national, Services de la recherche, Société Radio-Canada): Avant de passer brièvement en revue les tendances relatives aux auditoires de la radio et de la télévision, j'aimerais vous parler pendant un instant des méthodes que nous utilisons pour recueillir des renseignements au sujet des auditoires. La Société est affiliée aux services conventionnels d'audimat fournis par les Sondages BBM et par A.C. Nielsen.

Nous procédons en fait de deux façons. D'une part, nous appliquons la technique du journal. Nous envoyons un échantillon représentatif de Canadiens un journal pour la télévision ou la radio. La greffière va en distribuer des exemplaires, si ce n'est déjà fait. Il s'agit en fait d'une technique très simple, utilisée dans le monde entier, surtout dans le domaine de la radio. On demande aux participants au sondage de noter tous les quart d'heures les stations qu'ils écoutent ou, s'il s'agit de la télévision, les chaînes qu'ils regardent.

En outre, nous effectuons également notre propre sondage auprès des personnes sondées à l'échelle nationale, non pas toutes les semaines pendant l'année mais pendant des semaines données, en demandant aux gens de coter la qualité des émissions télédiffusées par les réseaux de la SRC. Nous le faisons un peu moins souvent pour les services de radio. Ces sondages qualitatifs se font encore auprès de vastes échantillons représentatifs de Canadiens choisis au hasard de façon scientifique, tout comme les sondages BBM ou Nielsen. Toutefois, au lieu d'essayer de déterminer si quelqu'un est assis devant sa télévision ou écoute sa radio, lorsque nous faisons ce genre de sondage, nous essayons d'établir l'incidence qu'ont ces émissions. Nous posons aux intéressés, même si nous leur demandons de coter la qualité des émissions, une série de questions relatives à la teneur de ces émissions.

Le président: Pouvez-vous déterminer s'ils sont endormis?

M. Kiefl: Oui, c'est possible à l'occasion. En fait, cela s'est produit grâce au système Nielsen de compteur personnel, qui n'est pas une technique de journal... je vous l'expliquerai dans un instant. C'est un dispositif comme celui-ci qui a été utilisé par divers services de police pour déterminer si une personne est décédée chez elle, si elle n'est pas endormie.

La technique la plus pointue utilisée dans le domaine de l'audimat à l'heure actuelle est ce petit dispositif que j'ai dans la main. Je vais le faire circuler, en fait, si vous souhaitez y jeter un coup d'oeil.

Le président: Pouvez-vous nous expliquer comment il fonctionne?

[*Text*]

Mr. Kiefl: Yes. It's an A.C. Nielsen people meter. It's installed in 1,500 households in Canada right now, about 450 in Quebec, and the rest in the rest of Canada. It's used by most of the television services, the major networks, to get national estimates of audiences. These devices are hard–wired into every VCR and every television set in the household and connected to a microprocessor, usually someplace in the basement, which is then also connected to the telephone system in the household. Every night, somewhere around 2 a.m. or 4 a.m.—in that range—the Nielsen computer, based in Markham, Ontario, will dial up the device, the microprocessor, and download all of the viewing data that's been collected from that household. It's certainly a state–of–the–art technology and it provides television broadcasters with not quite overnight ratings but next day ratings. That information is actually provided to the CBC English and French network offices on a daily basis.

That's a little bit about the methodologies. Besides doing rating surveys by diary technique and by the people–meter system and our own audience appreciation surveys, we also conduct a great number of special surveys throughout the year that might relate to a particular program or a particular new service that's being contemplated or being evaluated.

Of course we conduct dozens if not hundreds of focus groups in the course of any given broadcast season. Usually focus groups are for a particular program, a network program or a local news program, when it doesn't really warrant doing a major survey. Sometimes the questions we're going to look at in focus groups are a little bit more qualitative about the motivations for people watching or listening to a particular program.

In total, all of that research that I just referred to involves our consulting, if you will, or surveying almost half a million Canadians on an annual basis. A number of those are through the rating services, but it's pretty impressive. About 500,000 Canadians are polled in one way or another to try to determine who's watching, who's listening and what they think of the CBC programs.

Let me turn now to this presentation. I'm going to talk about both radio and TV. I'll talk about some of the rating data and also some of the qualitative information that we gather relating to the impact the CBC has, not on an individual program basis but more as a corporation, and certainly our national radio and TV services.

I'm only going to use two technical terms. One is "audience reach". An audience reach is very simply the number or percentage of people who will use the service or a program at least once. It can be expressed in terms of a program in a given day or it can be listening to a service, a radio network over the course of a week, or it can be extended to a longer period of time, a month or a quarter of a year or even over the course of the whole year. We'll look at weekly reach in terms of radio and TV for CBC.

[*Translation*]

M. Kiefl: Oui. Il s'agit d'un compteur de ménage de A.C. Nielsen. Ce compteur est installé dans 1 500 foyers au Canada à l'heure actuelle, près de 450 au Québec et le reste dans les autres provinces et territoires. Il est utilisé par la plupart des services de télédiffusion, les principaux réseaux, pour obtenir une estimation nationale des auditoires. Ces dispositifs sont raccordés à tous les magnétoscopes et tous les postes de télévision du ménage et reliés à un microprocesseur, qui se trouve en général au sous–sol, lequel est lui–même relié au système de téléphone de la maison. Toutes les nuits, entre 2 heures et 4 heures du matin—plus ou moins—l'ordinateur Nielsen, situé à Markham, en Ontario, communique avec le dispositif, le microprocesseur, et enregistre toutes les données sur l'auditoire recueillies auprès de ce ménage. Il s'agit d'une technique tout à fait pointue qui permet au télédiffuseur d'obtenir des cotes, sinon le jour même, du moins le lendemain. Ces renseignements sont fournis quotidiennement aux bureaux des réseaux français et anglais de Radio–Canada.

Voilà pour les méthode utilisées. Outre les sondages effectués auprès de l'auditoire grâce à la technique du journal et du compteur, outre nos propres sondages sur la qualité de nos émissions, nous effectuons aussi un grand nombre de sondages spéciaux au cours de l'année qui portent sur une émission donnée ou un nouveau service en particulier que la société envisage offrir ou qui fait l'objet d'une évaluation.

Il va sans dire que nous consultons des douzaines, voire des centaines de groupes d'échantillon au cours d'une saison de radiodiffusion donnée. En général, les groupes d'échantillon concernent une émission donnée, une émission du réseau ou une émission de nouvelles locales, si un sondage sur une grande échelle n'est pas justifié. Il arrive que les questions que nous posons aux membres de ces groupes d'échantillon sont un peu plus d'ordre qualitatif et portent sur les raisons qui motivent les auditeurs ou les téléspectateurs à choisir telle ou telle émission.

• 1635

Toutes les recherches dont je viens de parler découlent des enquêtes que nos menons chaque année auprès d'un demi–million de Canadiens. Certains résultats proviennent des études réalisées par les agences chargées d'établir l'indice d'écoute, et sont très impressionnants. Quoi qu'il en soit, près de 500 000 Canadiens sont interrogés d'une manière ou d'une autre, chaque année, pour savoir quelles émissions ils regardent, ce qu'ils écoutent à la radio et, dans l'ensemble, ce qu'ils pensent des émissions de SRC.

Soyons maintenant plus précis. Je vais parler de la radio et de la télévision. Je vais vous donner des informations dans le domaine de l'audimat, ainsi que sur les commentaires que nous recueillons au sujet de l'importance de la SRC, du point de vue global des services nationaux de radio et de télévision.

Je n'emploierai que deux termes techniques. Le premier est la portée de notre service. Cela désigne tout simplement le nombre ou pourcentage de personnes qui utilisent notre service au moins une fois. Il peut s'agir d'avoir regardé une émission un jour donné ou d'avoir écouté la radio pendant une période donnée, que ce soit une semaine, un mois, un trimestre, voire une année. Je présenterai les résultats en ce qui concerne la radio et la télévision.

[*Texte*]

En français, on utilise la portée pour exprimer la même chose.

The second term that I'll use is "audience share". Audience share refers to the percentage of the audience. Think of it as the available audience for a particular program that's obtained by a program over the course of say a day, a week, or a year even by a station in a particular market, or a station group or a network like the CBC.

When we talk about CBC television, we'll be talking about the audience share of CBC over the 52–week 1993–94 season, which was just completed a few weeks ago, at the end of August. We used the broadcast year that's used by the CRTC to look at the 1993–94 or earlier years.

En français, c'est la part du pourcentage de l'auditoire.

Just to give a little bit of an example of what "reach" and "share" mean in the marketplace, in your local neighbourhood you may have a Mac's Milk and beside it there may be a Loblaws. Perhaps 65% of the people in the neighbourhood would go into Mac's Milk and the same percentage of people—and these are hypothetical data, by the way—

The Chairman: It's part of the advertising part—

Mr. Kiefl: Maybe 65% of the neighbourhood also go into Loblaws, but because people only go to Mac's Milk to spend a few dollars on milk perhaps or other things as opposed to going to Loblaws and spending a lot of money buying your weekly groceries, the share of the marketplace or the share of the dollar spent at Mac's Milk may only be 5%, whereas the share of the market for Loblaws may be 40%.

Usually Mac's Milk and Loblaws don't really care about reach. They don't really think about whether it's kids coming in and spending a few pennies on candies or whether it's somebody coming in and spending a lot of money on groceries. But a public broadcaster will be concerned with reach. How many people in the neighbourhood are we reaching at least on some regular basis, daily, weekly, annually or whatever? That's perhaps important. We can use the ratings data to look at something not just on each share but something a little bit more relevant to a public broadcaster.

So what about the reach and share of CBC English radio, first of all, and CBC English television? This is from the BBM fall survey of 1993. It showed that the weekly reach of CBC English radio among anglophones is about 18%. About one in five anglophones indicate in a BBM survey that they use CBC radio at least once a week. There are other surveys, by the way, including a recent one by Statistics Canada, which pegged the weekly reach of CBC radio at a much higher level, and other surveys that look at longer terms, where as many as two out of three Canadians will have indicated some use of CBC radio over a longer period of time.

The share of CBC radio is not that different in percentage terms from the reach, about 11%. That's a share of both AM and FM combined, for a total of 11%. If you look at the share of English TV, it's not that much higher than the share from

[*Traduction*]

In French, we use the word *portée* when we talk about audience reach.

La deuxième expression technique est «le pourcentage de l'auditoire». Il s'agit ici de la part d'auditoire que nous obtenons. Autrement dit, c'est l'auditoire d'une émission particulière pendant une journée, une semaine ou une année, ou le pourcentage d'auditoire d'une station dans un marché donné, ou d'un groupe de stations ou d'un réseau comme SRC.

Pour la télévision de SRC, nous parlerons du pourcentage d'auditoire pendant la période de 52 semaines de la saison 1993–1994, qui s'est achevée il y a quelques semaines, fin août. C'est la même période qu'utilise le CRTC.

In French, we talk about *pourcentage de l'auditoire*.

Pour vous donner un exemple de ce que veulent dire la portée et le pourcentage d'auditoire, prenons le cas d'un quartier de votre ville où se trouve un Mac's Milk à côté d'un Loblaws. Disons que 65 p. 100 du quartier utilisent le Mac's Milk, et que le même pourcentage—je souligne que ce sont des chiffres purement hypothétiques. . .

Le président: C'est de la publicité.

M. Kiefl: Peut–être que 65 p. 100 des habitants du quartier utilisent également le magasin Loblaws, ce qui veut dire qu'ils ne dépensent que quelques dollars au Mac's Milk alors qu'ils font leur épicerie de la semaine au magasin Loblaws, où ils dépensent donc beaucoup plus d'argent. De ce fait, les parts de marché respectives des deux magasins, c'est–à–dire la part des sommes dépensées, n'est peut–être que de 5 p. 100 chez Mac's Milk et de 40 p. 100 chez Loblaws.

Généralement, Mac's Milk et Loblaws n'attachent aucune importance à leur portée. Ils ne se demandent pas si ce sont des enfants qui viennent dépenser chez eux quelques sous pour acheter des bonbons ou des parents qui viennent faire leur épicerie pour la semaine. Pour un radiodiffuseur public, la portée est très importante. Il s'agit pour nous de savoir combien d'habitants du quartier nous écoutent à intervalles réguliers, chaque jour, chaque semaine, chaque année ou pendant une autre période. Les données sur l'indice d'écoute nous sont utiles pour obtenir ces informations.

Examinons donc d'abord la portée des services radio et télévision en langue anglaise, c'est–à–dire de CBC. Les chiffres viennent de l'enquête réalisée par BBM à l'automne de 1993. On constate que la portée hebdomadaire de la radio anglaise chez les Anglophones est d'environ 18 p. 100. Autrement dit, près d'un Anglophone sur cinq a dit, lors de l'enquête de BBM, écouter la radio de CBC au moins une fois par semaine. Je précise que d'autres enquêtes, notamment une enquête récente de Statistiques Canada, donne un niveau beaucoup plus élevé en ce qui concerne la portée hebdomadaire de la radio de CBC, ainsi que d'autres enquêtes portant sur des périodes plus longues. Dans ces cas, on arrive parfois jusqu'à deux Canadiens sur trois disant écouter à certains moments la radio de CBC.

La part d'auditoire de la radio de CBC n'est pas très différente de la portée, soit environ 11 p. 100. Il s'agit–là de la part combinée de la radio AM et FM. Pour ce qui est de la part de la télévision anglaise, elle n'est pas beaucoup plus élevée que

[*Text*]

CBC radio. That's partly because the people who listen to CBC radio listen on average for almost 12 hours a week, over 50% of their listening time actually is spent with CBC radio. That's why CBC radio commands its 11% share. When I say commands, most radio stations in either the English or French markets often don't achieve shares of more than single digit. There's just that much fragmentation, competition in the marketplace.

The reach of CBC English TV, though, is almost four out of five anglophones in the average week, some 79% in the course of the 1993–94 broadcast year. So obviously the shares are derived in a very different fashion. We're getting access to most anglophones with our television services on a weekly basis. They spend about four hours a week watching CBC television. That's an average, and as with all averages, there are variations. It drives the total share so that we have about a 13.6% share. That's just for the main service. There is Newsworld as well, which brings the share up a little bit higher. We'll look at share of Newsworld and other services in a second.

En français, les services de Radio–Canada ont une portée d'à peu près 15 p. 100 avec une part du marché d'à peu près 9,2 p. 100. C'est une situation très semblable à celle du réseau anglais. La part des stations françaises de Radio–Canada fut environ, pour toute la journée, pendant toute l'année dernière, 28 p. 100, soit une portée semblable à celle des stations anglaises de CBC.

If you look at the English radio share, the 11% that I referred to, which is the 8% and the 3% in 1993, 8% for AM radio and about 3% for FM stereo, historically there's very little change over the last 10 years, from the fall of 1983 to the fall of 1993. There is a little bit of an increase perhaps in our FM stereo share, rising from about 2.5% to the current 3%, or a little bit more than 3% in some surveys recently. The AM radio share has been very stable at about 8%, and given what's happening in AM radio and FM radio this is quite remarkable. The great majority of AM radio stations have lost considerable audience in this 10–year span as more and more people are tuning to FM stations.

En français, la situation est semblable au réseau anglais. Les stations AM de Radio–Canada sont très stables même si, durant les dix dernières années, plus de gens écoutent les stations FM stéréo.

People spend a lot of time listening to radio and watching television. In fact, it's quite remarkable. The average person spends in excess of 20 hours with both of the media. That's the average in the course of a week according to the rating services. The percentage of people who listen to the radio peaks at about 7 a.m. or so. Almost 30% of Canadians on a Monday to Sunday basis, it's even higher on weekdays, are tuned to the radio at that time of day. So radio's prime time is this period right here and then it slowly declines. The proportion of people listening to the radio slowly declines throughout the day.

[*Translation*]

celle de la radio. C'est en partie parce que les gens qui écoutent la radio de CBC l'écoutent en moyenne près de 12 heures par semaine, ce qui représente plus de la moitié de leur temps d'écoute global. Voilà pourquoi la radio de CBC a une part de 11 p. 100. Je précise que la plupart des stations de radio, que ce soit sur le marché anglais ou le marché français, obtiennent rarement des parts de marché à deux chiffres. Cela s'explique par l'extrême fragmentation du marché, c'est–à–dire par une concurrence très vive.

• 1640

La portée de la télévision de CBC est beaucoup plus élevée, puisqu'elle atteint presque quatre anglophones sur cinq pendant une semaine moyenne, et près de 79 p. 100 pour l'année de diffusion 1993–1994. Il est évident que les parts sont calculées de manière très différente pour la radio et pour la télévision. Il n'empêche que nous atteignons la plupart des anglophones qui regardent la télévision sur des périodes hebdomadaires. Ils passent près de quatre heures par semaine à regarder la télévision de CBC. Je précise que c'est une moyenne, c'est–à–dire qu'il peut y avoir d'importantes variations. Quoi qu'il en soit, cela produit pour nous une part totale de 13,6 p. 100, et je parle uniquement ici du service principal. Il faudrait y ajouter Newsworld, qui ferait augmenter un peu notre part générale. Nous y reviendrons dans un instant.

In French, the services of Radio–Canada have a reach of about 15%, with a share of about 9.2%. The results are very similar to those of the English network. Last year, the share of the French stations of Radio–Canada was about 28% for the day, which is similar to the share of the English stations.

Si vous examinez la part de la radio anglaise, c'est–à–dire les 11 p. 100 dont j'ai parlés, ou 8 p. 100 pour la radio AM et 3 p. 100 pour la radio FM en 1993, elle a très peu changé depuis dix ans, c'est–à–dire de l'automne 1983 à l'automne 1993. Il y a eu une légère augmentation de la part de la radio FM en stéréo, soit d'environ 2,5 p. 100 à 3 p. 100 actuellement, ou un peu plus dans les sondages les plus récents. La part de la radio AM est très stable, autour de 8 p. 100, ce qui est tout à fait remarquable considérant ce qui se passe dans le secteur de la radio AM et de la radio FM. La grande majorité des stations de radio AM ont perdu beaucoup de leur public depuis dix ans, les gens écoutant de plus en plus la radio FM.

In French, the situation is quite similar. The AM stations of Radio–Canada are very stable, even though people have been listening more and more to the FM stations.

Les gens passent beaucoup de temps à écouter la radio et à regarder la télévision. Les chiffres sont remarquables. En moyenne, le Canadien passe plus de 20 heures avec ces deux médias. Il s'agit ici de la moyenne hebdomadaire selon les services d'indice d'écoute. Le pourcentage de gens qui écoutent la radio atteint sa crête à environ 7 heures du matin. C'est à ce moment–là de la journée qu'environ 30 p. 100 des Canadiens écoutent la radio, du lundi au dimanche, et les résultats sont encore plus élevés pendant les fins de semaines. Cela constitue donc la période de pointe pour la radio, après quoi l'on constate un déclin progressif pendant toute la journée.

[*Texte*]

Television follows quite the opposite pattern. It increases its audience throughout the day. Prime time for television is really from 7 p.m. to 11 p.m. After 11 p.m. the audience drops off quite dramatically. It's the reason why both the English and the French CBC television services have focused on prime time, when the largest proportion of people are there to program for.

[*Traduction*]

La cote d'écoute est tout à fait différente pour la télévision. Les parts de marché augmentent à mesure que la journée avance. Pour la télévision, la période de pointe est clairement de 19 heures à 23 heures. Après 23 heures, il y a une chute considérable. Voilà pourquoi les deux services de télévision de Radio–Canada, anglais et français, font porter leurs efforts sur la période de pointe, où le public est le plus nombreux.

• 1645

So if we look at the historical situation, and I don't go back

Donc, si l'on examine la situation historique, et je ne veux pas remonter à

plus de cinq ans pour les stations françaises, c'est principalement à cause d'une nouvelle technologie; nous avons commencer à utiliser ces odomètres Nielsen pour comparer les cotes d'écoute il y a cinq ans. Il est difficile de comparer les cahiers d'écoute avec cette méthodologie des odomètres.

more than five years for the French stations, when we started to use a new technology, the new Nielsen people–meter system, which make any comparison very difficult.

Donc, les stations françaises, spécialement Radio–Canada et TVA, ont une part équivalente, spécialement cette année, alors que Radio–Canada a eu une augmentation d'à peu près 3 à 4 p. 100. Alain a dit qu'on ne peut gagner la guerre des cotes d'écoute, sauf peut–être Radio–Canada, cette année.

So, the French stations, specifically Radio–Canada and TVA, have a similar share, especially this year, whereas Radio–Canada registered an increase of about 3% to 4%. Alain told us that we cannot win the war for audience reach, except perhaps Radio–Canada, this year.

On voit ici les stations de câble avec seulement 7 à 8 p. 100 environ, ce qui n'est pas une grosse augmentation pour les derniers cinq ans.

You can see here that the cable stations only have 7% to 8%, which is not a very large increase for the past five years.

In English, the pay specialty category has actually grown significantly in the last five years. It was higher five years ago at about 11% total English TV viewing. It has grown to almost 15% in 1993–94.

Du côté anglais, les chaînes payantes spécialisées connaissent une expansion considérable depuis cinq ans. Elles représentaient déjà il y a cinq ans près de 11 p. 100 de l'auditoire anglophone total, et elles sont passées à près de 15 p. 100 en 1993–1994.

The CBC share in prime time has declined slightly, from about 17% to approximately 15%. One shouldn't forget Newsworld. It had about a half a point share in prime time. It's up to about 0.7%. Across the day it's actually more than 1%. Adding together the CBC and the Newsworld share, it's touching 16%, approximately, 15.4%, 15.5%. So that's the historical situation for the CBC recently.

La part de CBC en période de grande écoute a légèrement baissée, puisqu'elle est passée d'environ 17 p. 100 à environ 15 p. 100. N'oublions pas Newsworld, qui avait une part de 0,5 p. 100 environ aux heures de grande écoute et qui en est aujourd'hui environ 0,7 p. 100. Pour l'ensemble de la journée, sa part est en fait plus proche de 1 p. 100. Si l'on ajoute CBC et Newsworld, on approche de 16 p. 100, puisqu'on a une part d'environ 15,4 ou 15,5 p. 100. Voilà donc l'évolution récente pour CBC.

If we go back even further, there has not been all that much of a change in CBC's audience. If anything, the majority of any loss in CBC English audience has been to American programs. But the Canadian programs that CBC has put on the air have basically all but maintained their total audience share over the course of the last 10 years.

Si l'on remonte encore plus loin, on constate que l'auditoire de CBC n'a pas vraiment beaucoup changé. De fait, la majeure partie des pertes enregistrées dans l'auditoire anglophone de CBC concerne des émissions américaines. En ce qui concerne les émissions canadiennes, elles ont essentiellement conservé leur part totale d'auditoire depuis 10 ans.

We look at audience share as we look at the audience reach. The total market audience share, which we were just examining for both French and English TV, is perhaps a little bit misleading when one is looking at the CBC. We not only examine the total market share but we try to look at how the CBC services are performing within different categories of programs.

Examinons la part de l'auditoire en même temps que la portée. La part d'auditoire, que nous venons de voir pour la télévision française et anglaise, est une donnée peut–être un peu trompeuse lorsqu'il s'agit de CBC. Il nous faut en effet examiner non seulement notre part du marché total mais aussi le succès respectif de nos services dans les différentes catégories d'émissions.

We go to the trouble of taking the ratings data for all stations, even including American stations that are reported obviously here, and code all of the programs that receive any tuning. We code them by their origin and by their type, allowing us to look at the market and to slice the data in a very different fashion. Obviously, one of the most important ways is by Canadian content. It really boils down to the question of what our share is of viewing within the category of Canadian programs rather than the total market share.

Nous avons pris la peine de ventiler les données d'écoute de toutes les stations, même des stations américaines, et de coder toutes les émissions qui attirent un auditoire quelconque. Nous les avons codées en fonction de leur origine et de leur nature, ce qui nous permet de ventiler les résultats de plusieurs manières différentes. Évidemment, l'un des facteurs les plus importants est le contenu canadien. Il s'agit en fin de compte pour nous de savoir quelle est notre part d'auditoire dans la catégorie d'émissions canadiennes plutôt que dans le marché total.

[*Text*]

En français, ce n'est pas un grand problème. Les deux tiers presque de toutes les émissions—je parle ici des heures de pointe, c'est–à–dire de 19 heures à 23 heures—de Radio–Canada, TVA, Quatre–Saisons, de Radio–Québec et de d'autres stations françaises, sont des émissions canadiennes.

In English, the amount of Canadian content in prime time is dramatically different. It's only 25%. Only one out of four hours of programming available to the average viewer of English TV is Canadian in origin, and that 25%, not surprisingly, gets about the same amount of viewing, a share of about 24%. So it's that 24% we'll look at in just a second. But before we do, what about the 25%? Who is providing what? The 25% is shown here again. We can see that CBC–owned stations have about 81% Canadian content.

I should say that this is preliminary data. This is for 1992–93. We're just in the midst of completing the analysis. It will be ready within a few weeks and will be provided to you in its final form.

The Canadian content of CBC will be roughly 87%, 88%, as we said earlier. It's just that we haven't completed the analysis through the course of the year. So we're missing some of the NHL play–offs and that kind of thing that gives the CBC a little bit of a boost in terms of its Canadian content.

• 1650

Our major competitors, CTV and Global, won't get anywhere near that when this analysis is completed. Only 25% of CTV's prime time schedule is Canadian and only about 20% of Global. You can see that pay TV, for example, is far behind in its contribution to Canadian content. Most of this Canadian content is coming from the CBC and from specialty services, including Newsworld, as you can see. What about that 24% viewing? Who's contributing what? Who gets what?

Alain mentioned in his remarks that we're getting about 43%, 44%, and that's comprised of CBC, the main channels, and Newsworld with its 3% share of Canadian program viewing. By the time this analysis is completed for the full 1992–93 year, this will be closer to 50%. Fifty percent of the viewing that's going to Canadian programs in prime time is being contributed by the CBC. It's ratings data, but we consider it an important measure of the success of the CBC.

The Chairman: How do you get 2% Canadian content out of U.S. stations?

Mr. Kiefl: We sell a lot of programs for U.S. stations and they get credit for it. Actually a large majority of it is *The Nature of Things* on PBS, *Love and Hate* on CBS, *Kids in the Hall*, running late night on CBS. They get a small audience in Canada obviously and it contributes about 2%. Maybe we should put it up in the CBC category, or most of it, but we don't.

I know that we're running a little bit long in our speeches, but I'd like to end with what we consider perhaps to be the most important measure of success. Every year we conduct what we call the annual media survey. It is a sample of about 2,000

[*Translation*]

In French, this is not a major problem. Close to two thirds of all the programs—in prime time, that is to say from 7 p.m. to 11 p.m.—of Radio–Canada, TVA, Quatre–Saisaons, Radio–Québec and the other French stations, are French programs.

En anglais, la proportion de contenu canadien aux heures de grande écoute est radicalement différente. Elle n'est que de 25 p. 100. Autrement dit, seulement une heure sur quatre d'émissions offertes au téléspectateur anglophone moyen est d'origine canadienne, et cette proportion de 25 p. 100 attire environ le même pourcentage d'auditoire, près de 24 p. 100, ce qui n'est pas étonnant. C'est donc ce pourcentage que nous allons examiner dans une seconde. Mais auparavant, que dire des 25 p. 100? Qui fournit ces émissions? On les retrouve ici. On constate que les stations appartenant à CBC ont environ 81 p. 100 du contenu canadien.

Je dois dire qu'il s'agit de données préliminaires pour 1992–1993. Nous sommes sur le point d'en terminer l'analyse. Quand nous aurons fini, dans quelques semaines, nous vous adresserons les résultats sous leur forme définitive.

Comme nous l'avons dit plus tôt, le contenu canadien de CBC est d'environ 87 à 88 p. 100. Nous ne sommes pas plus précis parce que nous n'avons pas terminé l'analyse pour toute l'année. Autrement dit, il nous manque encore des chiffres sur les éliminatoires de la LNH, et sur d'autres émissions de cette nature, qui permettent à CBC d'augmenter légèrement son contenu canadien.

Nos principaux concurrents, CTV et Global, seront loin d'avoir de tels résultats quand l'analyse sera terminée. Le contenu canadien de CTV aux heures de grande écoute n'est que de 25 p. 100, et celui de Global, de seulement 20 p. 100. Pour ce qui est de la télévision payante, elle est bien plus loin derrière. La plupart de ce contenu canadien émane donc de CBC et de certains services spécialisés, dont News World, comme vous pouvez le voir. Revenons maintenant aux 24 p. 100. Qui y contribue? Qui obtient quoi?

Alain a mentionné que nous obtenions environ 43 à 44 p. 100, ce qui comprend CBC, les principaux réseaux, et News World, avec sa part de 3 p. 100 d'auditoire canadien. Lorsque nous aurons terminé l'analyse, pour toute l'année 1992–1993, le chiffre total sera proche de 50 p. 100. Autrement dit, 50 p. 100 de l'auditoire d'émissions canadiennes aux heures de grande écoute concerne des émissions de CBC. C'est là pour nous un indice important de notre succès.

Le président: Comment obtenez–vous 2 p. 100 de contenu canadien pour les stations américaines?

M. Kiefl: Nous vendons beaucoup d'émissions aux stations américaines et ce sont elles qui en tirent le crédit. Il s'agit essentiellement de *The Nature of Things* sur PBS, *Love and Hate* sur CBS, et de *Kids in the Hall*, en fin de soirée sur CBS. Ces émissions attirent un petit auditoire au Canada, évidemment, ce qui représente 2 p. 100. Nous devrions peut–être inclure cela dans l'auditoire de CBC mais nous ne le faisons pas.

Je sais que notre exposé commence à être un peu long mais j'aimerais terminer sur ce que j'estime être peut–être notre critère de succès le plus important. Chaque année, nous menons ce que nous appelons notre enquête annuelle des médias. Il

[*Texte*]

anglophones and francophones. It's conducted by an independent market research firm. This particular year that we'll look at was done by Market Facts of Canada. We go to great lengths to try to camouflage who is doing the survey or who it's being done for, and we try to assess what Canadians think of the CBC. It's been a survey we've conducted and we've provided you with hard copies of some of the material.

By the way, there are hard copies available of all of these slides plus a few additional ones that have whole day, prime time, and that kind of thing to make it as complete as possible.

Public opinion in support of the CBC is not a simple thing for anyone. If you want to find out public opinion about a political party, it's not an easy thing to do. We use the best techniques that we can. We begin by asking, first of all, whether people feel it's important to have the CBC. We don't only ask about the CBC, by the way; we ask about seven or eight organizations. The CBC is up near the top of the organizations, in terms of the importance rating. Canada Post finishes ahead of the CBC. But then when we ask people about the performance of the CBC overall, as a corporation, we find that we get very good marks. In fact the CBC finishes very close to the top, a little bit higher among francophones than anglophones in terms of overall performance by comparison to other organizations that we look at.

As you can see, some 85% of people in total think it's very important or somewhat important to have the CBC. This has not differed very much over the course of the last seven or eight years that we've been doing these surveys. In terms of whether the CBC is doing a good job or not, some three out four people say it's doing a very good job or a good job.

The next layer of the onion, after one asks about overall importance of an organization, is to try to understand what it is about that organization that is important, and what aspects of its performance people rate. We try to put basically the mandate of the corporation in language that the average survey respondent would understand. It's not maybe a perfect match—they're not lawyers, but ordinary people—but we think it matches the mandate of the corporation pretty well.

As you can see—and this is a combination of both anglophones and francophones for CBC television—the great majority of people think we're doing very well or fairly well at keeping Canadians in touch, providing news and information, presenting the Canadian point of view, contributing to knowledge, encouraging Canadian artists, providing programs of high professional standard, stimulating people, making them think.

• 1655

Perhaps we're a little bit weaker in terms of entertaining the public. I've had two-thirds of people say we're doing fairly well or very well, but it's the weakest aspect of our performance in the mandate.

[*Traduction*]

s'agit d'une enquête réalisée auprès d'un échantillon d'environ 2 000 anglophones et francophones par un institut de recherche indépendant. Pour l'année dont je vais vous parler, l'enquête a été réalisée par Market Facts of Canada. Des précautions considérables sont prises pour dissimuler qui réalise l'enquête, ou pour qui elle est réalisée, et l'objectif est de voir ce que pensent les Canadiens de CBC. Nous vous avons remis un document comportant les résultats de cette enquête.

Je précise en passant que nous avons des copies papier de toutes les diapositives que nous vous avons montrées, ainsi que de quelques autres comportant des données sur des journées complètes, les heures de grande écoute, etc.

Évaluer l'opinion publique pour déterminer le degré d'appui à CBC n'est pas chose facile. C'est aussi difficile que pour déterminer l'appui à un parti politique. Quoiqu'il en soit, nous utilisons les meilleurs méthodes possibles. Nous commençons d'abord par demander aux gens s'ils pensent qu'il est important d'avoir les réseaux de la SRC au Canada. Je précise que la question ne porte pas seulement sur la SRC mais aussi sur sept ou huit autres organismes. Or, la Société se trouve quasiment en haut de l'échelle, du point de vue de son importance. Seule la Société canadienne des postes arrive avant. Quand nous demandons aux gens ce qu'ils pensent de la performance des deux réseaux de la SRC, comme entité, les résultats sont excellents. La Société arrive presque première, et ses résultats sont un peu meilleurs chez les francophones que chez les anglophones, par rapport aux autres organismes considérés.

Comme le montrent les résultats, près de 85 p. 100 des personnes interrogées pensent qu'il est très important ou relativement important de conserver la SRC. Ce résultat n'a pas changé sensiblement depuis sept ou huit ans. En ce qui concerne la performance, trois personnes sur quatre disent que la Société fait un très bon travail ou un bon travail.

L'étape suivante de l'enquête consiste à tenter de comprendre pourquoi l'entité Radio-Canada est importante, et quels sont les aspects les plus appréciés de sa performance. Pour que les répondants puissent bien comprendre, nous leur soumettons le mandat de la Société exprimé en termes de tous les jours. Certes, le texte n'est pas celui du mandat, mais nos répondants ne sont pas des juristes. Quoiqu'il en soit, nous pensons qu'il correspond de très près au mandat.

Comme vous pouvez le voir—et ceci regroupe les résultats des francophones et des anglophones pour la télévision de Radio-Canada—la grande majorité des répondants pensent que nous faisons très bien ou relativement bien lorsqu'il s'agit de permettre aux Canadiens d'être en contact les uns avec les autres, de diffuser des nouvelles et des informations, de présenter le point de vue canadien, de contribuer au savoir, d'encourager les artistes canadiens, de fournir des programmes répondant à des normes professionnelles élevées, de stimuler la population et de la faire réfléchir.

Nos résultats sont peut-être un peu moins bons lorsqu'il s'agit de distraire le public. En effet, deux tiers des répondants, environ, disent que nous faisons relativement bien ou très bien ce chapitre, et c'est l'aspect le plus faible de notre performance.

[*Text*]

That's CBC television. CBC radio is very similar in terms of the same aspects—interestingly enough, very similar in terms of our rating about entertaining the public.

We also asked about Newsworld on an annual basis in different surveys. We asked about public interest in Newsworld. This presents a special case because we are paying for Newsworld mostly through subscriber fees and through a little bit of advertising, and there are other services that are very, very similar in terms of cable specialty channels, and we can rate Newsworld against other channels.

In this survey, and it's been true since these surveys were first done with the launch of Newsworld in 1989, Newsworld is the only service among the cable specialty services where more than 50% of people say they're very or somewhat interested in it, when they're asked about the service at the price they're paying. MuchMusic, for example, even at nine cents a month as part of the cable bill, does not have a majority of people saying they're very or somewhat interested in it.

Let's go back to the main TV services. This is a combined set of data for both anglophones and francophones about Radio–Canada and the CBC English television service, and I guess it's really getting down to the core of the onion in terms of what it is that's distinctive about the CBC.

We looked at overall importance and we looked at how people rated the mandate of the corporation. What about rating the CBC's programs by comparison to our main competitor? We used the main competitor basically as a point of comparison. In blue is shown the proportion of respondents in the annual media survey for 1992, which indicated we were doing a very good job at different kinds of programs versus, in red, the CTV or our major French–language competitor, TVA.

As you can see, Canadians think that CBC is superior at providing national news, much superior over our competitors in providing current affairs and documentaries and at international news, and again there's a wide gap—these categories or programs are not perhaps as important as the previous three, but still a very wide gap in terms of how we're rated compared to private English and French TV, nature and science, children's educational, and performing arts.

We're about equal in terms of sports. Our competitors are superior in terms of their local regional news and in terms of comedy.

I'll end with one final slide. News and journalism is obviously the most important aspect of the mandate of the corporation and we asked respondents in the annual media survey to go one step below even rating us and rating our major competitor, and asked people to choose between the CBC and other stations in terms of the credibility of our news programming versus other stations. This perhaps addresses the myths Michael was referring to.

[*Translation*]

Je parle du réseau de télévision de Radio–Canada. Pour la radio, les résultats sont très semblables sur les mêmes aspects et, ce qui est assez intéressant, très semblables aussi en ce qui concerne notre cote en matière de divertissement.

Nous effectuons aussi des sondages annuels au sujet de Newsworld, pour évaluer l'intérêt du public envers ce réseau. Cela constitue une situation spéciale puisque nous payons Newsworld essentiellement grâce aux droits des abonnés et à un peu de publicité, et qu'il y a d'autres services de câblodiffusion spécialisés qui sont très semblables. Cela nous permet d'évaluer Newsworld par rapport aux autres réseaux.

Cette enquête a montré, et cela s'est confirmé depuis le lancement de Newsworld, en 1989, que Newsworld est le seul service de câblodiffusion spécialisé dont plus de 50 p. 100 de l'auditoire dit qu'il est très intéressé ou relativement intéressé par ce qu'il diffuse, eu égard au prix payé. MuchMusic, par exemple, même à 9c. par mois intégrés à la facture de câblodiffusion, n'obtient pas une majorité de gens disant que c'est une chaîne très intéressante ou relativement intéressante.

Revenons aux grands services de télévision. Voici un ensemble de données concernant les anglophones et les francophones au sujet de la télévision des deux réseaux de Radio–Canada. Cela nous amène au coeur même de ce qui distingue la Société du reste.

Après avoir évalué l'importance du réseau et ce que la population pense de sa performance par rapport à son mandat, nous avons voulu savoir ce qu'on pense des émissions par rapport à celles de notre principal concurrent. Nous avons utilisé notre principal concurrent essentiellement dans un but de comparaison. Vous voyez en bleu la proportion de répondants à l'enquête annuelle des médias pour 1992 ayant indiqué que nous faisons un très bon travail pour différents types d'émissions et, en rouge, le même résultat pour CTV et pour notre principal concurrent en langue française, TVA.

Comme vous pouvez le constater, les Canadiens pensent que la Société est supérieure en matière de nouvelles nationales, beaucoup supérieure en matière d'affaires publiques, de documentaires et de nouvelles internationales, et supérieure aussi en ce qui concerne les émissions concernant la nature et les sciences, les programmes éducatifs pour enfants et les arts du spectacle. Ces trois dernières catégories ne sont peut–être pas aussi importantes que les trois premières mais l'écart n'en reste pas moins très large par rapport aux réseaux privés anglais et français.

Pour ce qui est des sports, nous sommes à peu près à égalité. Nos concurrents sont jugés supérieurs en ce qui concerne les nouvelles locales et régionales ainsi que les séries dramatiques.

Je termine avec une dernière diapositive. Les nouvelles et le journalisme sont évidemment l'aspect le plus important du mandat de Radio–Canada, et nous avons donc demandé aux répondants d'aller encore plus loin en jugeant notre crédibilité et celle des autres stations en matière d'émissions de nouvelles. Cela répond peut–être aux fausses idées ou mythes dont parlait Michael tout à l'heure.

[*Texte*]

There is a myth that the CBC is not as believable, that it's biased, that it's not as balanced and so forth, and it's expressed in a number of different ways, particularly by the printed press. I think this demonstrates very clearly that when there's a choice, if people actually are asked, when they hear a conflicting story about the same event what station would they believe, the CBC comes out on top, and the same is true in terms of which station people would tune to first when they hear a story has just broken. I'd like to end there.

The Chairman: Thank you all very much. It's fascinating. I think for those of us who have never really understood how surveys work properly, that was a particularly fascinating bit of a presentation.

I think what we'll do is recognize we are running late, but I will get right at it with Madame Tremblay.

• 1700

Mme Tremblay: Bonjour, messieurs. Nous sommes évidemment très heureux de recevoir les représentants de la Société Radio–Canada. Je suis aussi heureuse d'apprendre qu'on va travailler le matin. Ce sera sans doute moins fatigant que de travailler à cette heure–ci, surtout après la journée qu'on vient de vivre et la période de questions qui nous a demandé un peu d'adrénaline.

Premièrement, je vous vous dire que vous avez en Suzanne Tremblay une grande fan de la télévision, principalement de Radio–Canada jusqu'à ce que vous effectuiez des coupures en 1990.

Ensuite, je pense que vous avez également l'assurance que le Bloc québécois est un fan de Radio–Canada. Les Québécois et les Québécoises en général reconnaissent le rôle irremplaçable qu'a joué Radio–Canada dans la définition de l'identité culturelle des Québécois et des Québécoises. Je ne le dis pas pour vous flatter, mais parce que je le pense très sincèrement. Nous avons tous et toutes présent à la mémoire le *Point de mire*, qui a été animé par un très grand homme qui est devenu premier ministre du Québec, M. Lévesque, et qui a sans doute contribué largement à la politisation de ma génération.

Nous avons également envers Radio–Canada une très grande reconnaissance pour toute la place qu'elle a faite à la culture québécoise. Beaucoup d'artistes, d'interprètes et même de journalistes sont beaucoup plus connus que les hommes et les femmes politiques. On publierait la photo de Bernard Derome à côté de celle du premier ministre, et je me demande... Maintenant, il y a un sondage qui nous a appris que seulement quatre Québécois sur dix savent que Québec est la capitale du Québec. Je pense que tout le monde au Québec saurait qui est Bernard Derome, bien que plusieurs oublieraient qui est le premier ministre.

Cela dit, vous nous avez livré beaucoup de marchandise. J'ai trouvé cela extrêmement intéressant. À un moment donné, j'ai préféré vous écouter dans la version originale parce que j'étais un peu dérangée par la rapidité du français, mais je remercie quand même les traducteurs de l'effort qu'ils ont fait pour essayer de suivre. Mais ils avaient sans doute le texte, eux. C'est ce qui explique qu'ils nous disaient tout. Enfin, c'est du bon travail.

Vous n'êtes pas sans savoir que nous entreprenons une étape extrêmement importante pour la survie de Radio–Canada. Vous avez lu les journaux, semble–t–il, puisque vous y avez fait allusion. C'est inquiétant quand on pense que la Société Radio–

[*Traduction*]

L'une des idées fausses est que la Société n'a pas de crédibilité, que ses émissions d'information ne sont pas aussi équilibrées, et objectives, etc. que celles d'autres stations, etc. C'est là une critique qui est formulée de temps à autre, notamment dans la presse écrite. Cette diapositive montre très clairement que les gens font plus confiance à Radio–Canada lorsqu'ils entendent des versions contradictoires d'un même événement. La même chose vaut lorsqu'il s'agit de savoir quelle station ils écouteraient ou regarderaient en premier pour suivre un événement qui viendrait d'éclater. J'en termine là.

Le président: Merci beaucoup. C'était extrêmement intéressant, surtout pour ceux et celles d'entre nous qui n'ont jamais bien compris comment ces sondages étaient réalisés.

Comme nous avons pris un peu de retard, je vais donner immédiatement la parole à M^me^ Tremblay.

Mrs. Tremblay: Good evening, gentlemen. We are obviously very happy to welcome representatives from CBC. I'm just as happy to learn that we're going to be working mornings. It will undoubtedly be less tiring than working at this time, especially after the day that we've just had, and question period which got our adrenalin flowing.

First of all, I wanted to tell you that Susan Tremblay was a great TV fan, primarily of CBC, until you made cuts in 1990.

Secondly, I think you also have the assurance that the Bloc Québécois is a fan of CBC. All Quebeckers in general recognize the irreplaceable role that CBC has played in defining the cultural identity of Quebeckers. I'm not saying that to flatter you, but because I sincerely believe it. We all remember the program *Point de mire*, which was hosted by a very great man who became premier of Quebec, Mr. Lévesque, and which undoubtedly greatly contributed to getting my generation interested in politics.

We would also like to commend CBC for the place it has made for Quebec culture. Many artists, performers and even journalists are better known than men and women in politics. If we published a picture of Bernard Derome beside a picture of the prime minister, I wonder... We have recently learned from a survey that only four out of ten Quebeckers know that Quebec City is the capital of Quebec. I think that everyone in Quebec would know who Bernard Derome is, although many Quebeckers forget who the prime minister is.

Having said that, you have provided us with a lot of information. I find that extremely interesting. At one point, I decided to listen to the floor, because I was a bit bothered by the speed of the French. However, I would like to thank the interpreters for the effort they made in trying to keep up. But they undoubtedly had the text. That explains why they got everything. In short, it was good work.

As you know, we are at a stage that is very important for the survival of CBC. You've read the newpapers, it seems, because you alluded to them. It is quite worrisome to think that CBC could find itself in a very difficult situation. We will have

[*Text*]

Canada pourrait se retrouver dans une situation extrêmement difficile. Il va falloir faire preuve d'imagination. J'ai bien hâte qu'on entende des présidents de société—je ne me réfère pas seulement à Radio–Canada en l'occurrence—gérer la décroissance des budgets sans penser tout de suite à nous menacer de licencier 1 000 personnes. Je trouve cela inacceptable. La société devra faire preuve d'originalité pour trouver une façon de dépenser son milliard et demi autrement qu'en mettant encore 1 000 personnes à pied, d'autant plus que, cette fois–ci, vous aurez peu de crédibilité en le faisant.

En 1990, vous avez fermé Radio–Canada à Rimouski, à Matane, à Sept–Îles et dans sept autres endroits au Canada sous prétexte que vous alliez économiser 46 millions de dollars. Cela vous a coûté 138,5 millions de dollars de façon récurrente. Vous n'avez pas économisé un sou et vous avez empêché Radio–Canada de remplir son mandat. Depuis l'installation de Radio–Canada, une région n'était pas une province. On a, en français et en anglais, des mots pour désigner des réalités. Une province est une province. Une région est une partie de quelque chose; ce n'est pas un tout. Radio–Canada a confondu le tout et la partie.

• 1705

Non seulement Radio–Canada devra faire preuve d'originalité, mais elle devra aussi nous redonner au moins une station dans l'Est. C'est impossible autrement. On n'a plus de contact avec le reste de la population. La population de Rimouski et de tout l'est du Québec n'a plus accès à Radio–Canada. Les gens écoutent TVA pour les nouvelles, parce que c'est là qu'il se passe quelque chose de régional. Les commerçants annoncent seulement aux réseaux privés parce qu'on ne peut plus annoncer à Radio–Canada.

Vous dites, par exemple, que 43 p. 100 des auditeurs canadiens écoutent CBC pendant le *prime time*. D'autre part, au cours d'une semaine, au total, 13 p. 100 des gens écoutent CBC à toutes les heures d'écoute, du moins d'après les statistiques qui nous ont été données. Cela veut donc dire qu'il y a des heures où personne n'écoute Radio–Canada, puisqu'on arrive à une moyenne de 13 p. 100 et que, pendant le *prime time*, vous avez 43 p. 100. C'est une de mes questions.

Le président: Je suppose qu'elle est adressée à M. Kiefl.

Mme Tremblay: Oui. Je veux poser tout de suite mon autre question, car je ne veux pas qu'il prenne le reste de mes dix minutes.

Je veux bien comprendre comment les choses fonctionnent. Je comprends très bien toute la mécanique et la méthodologie, mais j'essaye de comprendre tous les chiffres. J'ai l'impression que vous voulez me sortir un gros chiffre pour m'impressionner: il y a beaucoup de hrmd qui écoutent CBC.

Le *prime time*, c'est de 19 heures à 21 heures. Si j'ai bien compris, il y a 43 p. 100 des Canadiens qui écoutent CBC de 19 heures à 21 heures. D'après le rapport, CBC est écouté par 13 p. 100 des gens. Ce n'est pas cela?

Le président: Avez–vous une réponse?

Mr. McEwen: Barry will respond.

Mr. Kiefl: I think I can try to explain it. The annual report, by the way, is issued for the end of the fiscal year, and the date I was referring to brings us right up to the end of August 1994, so there are slight differences in terms of the time

[*Translation*]

to be imaginative. I look forward to seeing CEOs—I'm not referring solely to CBC in this case—deal with budget cuts without immediately threatening to lay off 1,000 people. I find that unacceptable. The corporation should try to be original in finding ways to spend its $1.5 million budget rather than laying off 1,000 people, expecially since, this time, you won't have much credibility if you do it.

In 1990, you closed the CBC stations in Rimouski, Matane, Sept–Iles and seven other areas in Canada on the pretense that you had to save $46 million. That move cost you $138.5 million after the fact. You did not save a penny and you prevented CBC from fulfilling its mandate. Since the creation of CBC, a region has not been a province. In English and in French, we have words to describe these realities. A province is a province. A region is part of something: it's not a whole. CBC has confused the whole and the part.

CBC will not only have to be original, but it will also have to give us back at least one station in the East. Otherwise it's impossible. We're cut off from the rest of the population. People in Rimouski and in Eastern Quebec no longer have access to SRC. People watch TVA for news, because it reports on regional affairs. Merchants only advertise on the private networks, because they can no longer advertise on SRC.

You said, for example, that 43% of Canadian viewers watch CBC during prime time. In addition, during the week, a total of 13% of people watch CBC during viewing hours, at least according to the statistics that we've received. Therefore, that means that there are times when no one is watching CBC, because the average is 13%, and during prime time, you have 43%. That's one of my questions.

The Chairman: I imagine that question is for Mr. Kiefl.

Mrs. Tremblay: Yes. I want to ask my second question right away, because I don't want him to take up the rest of my ten minutes.

I want to get a good grasp on how things work. I don't have a problem with the mechanics and the methodology, but I am trying to understand the numbers. I'm under the impression that you want to throw out a large number to impress me: there are a lot of people who watch CBC.

Prime time is from 7 p.m. to 9 p.m. If I have understood correctly, 43% of Canadians watch CBC between 7 p.m. and 9 p.m. According to the report, 13% of Canadians watch CBC. Is that correct?

The Chairman: Do you have an answer?

M. McEwen: Barry va vous répondre.

M. Kiefl: Je crois que je peux essayer de vous l'expliquer. En passant, on publie le rapport annuel pour la fin de l'exercice, et la date à laquelle je faisais allusion nous ramène à la fin d'août 1994, donc il y a une petite différence au niveau de la

[*Texte*]

of the year. Therefore it won't match right to the decimal point. We are saying that in total, of all Canadian and all foreign programming, we get abut 13.5% of the viewing, but if you look at just the Canadian programs as a separate part of the market, we are receiving about 43% or more of just the Canadian viewing. That's what we're attempting to do.

Mrs. Tremblay: When you put on a Canadian program, whatever time it is.

Mr. Kiefl: That's right. We get about half the market for Canadian programs.

Mme Tremblay: Si l'émission est diffusée à 7 heures le matin, il y a 43 p. 100 du monde qui l'écoutent?

M. Pineau: Non, non. Les statistiques qu'on vous donnait, madame Tremblay, indiquent que, pendant la période de *prime time*, qui est de 19 heures à 23 heures, 25 p. 100 du contenu sur toutes les chaînes disponibles au Canada anglais est du contenu canadien. La majeure partie de ce contenu–là, soit environ 80 p. 100, vient de Radio–Canada. De ce total de 25 p. 100 qui est disponible, 50 p. 100 de ce qui est regardé vient de chez nous. C'est une sous–catégorie. Quand on dit 13 p. 100, cela veut dire qu'on reçoit 13 p. 100 de toute l'écoute entre 19 heures et 23 heures. À ce moment–là, il y a des gens qui regardent les canaux américains.

Mme Tremblay: D'accord. Vous nous avez parlé de la nouvelle technologie, celle qui semble la plus moderne, la dernière. Qu'arrive–t–il du zapping?

Mr. Kiefl: Yes, this is a very excellent technology. That's basically why it was introduced around the world. There are some 35 or 40 countries that are now using this sort of technology to measure television audiences, and it's because it's driven by advertisers. Advertisers believe that people are zapping and flipping around and avoiding commercials and so forth. This will tell us whether that's actually true. Literally, if a person changes the channel this will record every time they do so.

• 1710

Interestingly enough, it shows that there is a lot of zapping, but for everyone who zaps away from a commercial, almost as many people will zap into it, actually. It doesn't answer the question of whether—

Mme Tremblay: D'habitude, les commerciaux sont tous en même temps. Quant on a zappé plusieurs fois, on se rend compte de cela.

Mr. Kiefl: It doesn't answer the question of whether the people are paying attention to the programs or the commercials, but it tells us whether they are physically moving around from channel to channel.

Mme Tremblay: J'ai vu quelque part dans la volumineuse documentation qu'on nous a fait parvenir que les BBM vous coûtent 4,3 millions de dollars.

M. Kiefl: Oui, et Nielsen.

Mme Tremblay: En plus, vous consacrez un peu plus d'un demi–million de dollars, dans vos propres services à Radio–Canada, pour vos propres sondages. Ne trouvez–vous pas que c'est beaucoup d'argent juste pour savoir qui écoute quoi? Cinq millions de dollars, cela me donne trois télévisions dans l'est du Québec.

[*Traduction*]

période de l'année. Donc, ça ne va pas correspondre à la lettre. Nous disons qu'au total, si l'on prend toutes les émissions canadiennes et étrangères, nous avons environ 13,5 p. 100 des téléspectateurs, mais si vous considérez uniquement le segment du du marché correspondant aux émissions canadiennes, nous avons environ 43 p. 100 ou plus des téléspectateurs qui regardent des émissions canadiennes. C'est ce que nous essayons de faire.

Mme Tremblay: Lorsque vous diffusez une émission canadienne, peu importe l'heure.

M. Kiefl: C'est ça. Nous obtenons environ 50 p. 100 du marché pour les émissions canadiennes.

Mrs. Tremblay: If a program is broadcasted at 7 a.m., 43% of the viewers watch it?

Mr. Pineau: No, no. The statistics that we gave you, Mrs. Tremblay, indicate that during prime time, which is from 7 p.m. to 11 p.m., 25% of the content on all the channels available in English Canada is Canadian. Most of that content, or roughly 80%, comes from CBC. Of this total of 25% which is available, 50% of what is watched comes from CBC. It's a sub–category. When we say 13%, that means that 13% of all viewers are watching between 7 p.m. and 11 p.m. At that time, there are also people who watch American channels.

Mrs. Tremblay: Okay. You talked about new technology, technology that seems to be the most recent. What is happening with zapping?

M. Kiefl: Oui, c'est une excellente technologie. C'est la raison pour laquelle elle a été introduite à travers le monde. À l'heure actuelle, il y a environ 35 ou 40 pays qui utilisent cette sorte de technologie pour mesurer le taux d'écoute à la télévision, et c'est parce que c'est déterminé par les annonceurs. Les annonceurs croient que les gens changent souvent de canaux pour éviter la publicité. Cette technologie nous permettra de voir si c'est vrai. Littéralement, on peut enregistrer chaque fois qu'une personne change de chaîne.

D'ailleurs, et c'est intéressant, on s'aperçoit qu'il y a beaucoup de zapping, mais il y a pratiquement un équilibre entre ceux qui changent de chaîne pour éviter une annonce publicitaire et ceux qui tombent sur une annonce en changeant de chaîne. Cela ne répond pas à la question de savoir. . .

Mrs. Tremblay: Usually, all commercials are at the same time. That's what you realize when you have zapped several times.

M. Kiefl: Cela ne répond pas à la question de savoir si les téléspectateurs suivent les émissions ou les annonces, mais nous savons en tout cas qu'ils se déplacent d'une chaîne à l'autre.

Mrs. Tremblay: I saw somewhere in the numerous documents we were sent that BBM's cost you about $4.3 million.

Mr. Kiefl: Yes, and Nielsen.

Mrs. Tremblay: Besides, you spend a little over half a million dollars, internally in CBC, for your own ratings. Don't you think that it is a lot of money just to find out who listens to what? Five million dollars, this gives me three televisions in Eastern Quebec.

[*Text*]

Mr. Kiefl: The numbers you quoted in terms of costs of ratings are correct. I should point out that our share of the cost of Nielsen and BBM ratings is approximately 15% of those of the total industry. It's a little bit more in television, and considerably less than 15% in radio. So we are one of many people contributing to the costs of BBM and Neilsen.

Our sales people in the television side, where most of the cost is, of the $4 million plus dollars. . . Almost all of it goes to the television ratings. The radio ratings are less than $400,000, actually, on an annual basis.

Most of the cost of the ratings is considered to be a cost of doing business. I think our sales people will vouch for me in saying that they make up all of that money in going out to the marketplace and using the ratings to sell commercial time as private—

Mme Tremblay: Vous auriez pu avoir les Olympiques à 25 millions de dollars.

Mr. Kiefl: That was more a comment.

Mme Tremblay: Sérieusement, ces quelque 5 millions de dollars que vous investissez pour savoir si on écoute bien vos émissions, c'est rentable parce que cela vous permet d'aller chercher de la publicité.

M. Pineau: Cela fait deux choses. Premièrement, on serait incapables d'aller chercher 300 millions de dollars par année en revenus commerciaux si on ne savait pas quel est notre auditoire. C'est une condition sine qua non. Deuxièmement, on serait en partie incapables de vous dire si on est importants pour la population. On ne pourrait pas juste vous dire: Ah, oui, les gens nous aiment. Là on peut au moins vous le prouver.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I would like to give my colleague, Mr. Hanrahan, an opportunity to speak as well. Will we have another chance to come back with questions or not?

The Chairman: We're going to do our best. It's really up to the collective feeling in the room as to how long we want to go on.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Then I'd like to share some of this time with Mr. Hanrahan.

The Chairman: Fine.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I too am very pleased to meet you and to have you here with us. However, I have to say that I think it's extremely unfortunate that Mr. Manera chose not to be here at our first meeting. That leaves an impression, certainly with me, that at least at our first set of meetings he chose not to be with us. That's quite unfortunate.

The Chairman: To be fair to Mr. Manera, I must say that when we were negotiating the time he explained that he's under enormous pressure in a whole bunch of different directions. If we had to choose between delaying getting the information out and getting started, so we could have Mr. Manera here, or getting on with it, understanding that Mr. Manera would come to us at a subsequent date, it's probably my fault, not his. I said that I thought it was more important that we proceed and that

[*Translation*]

M. Kiefl: Les chiffres que vous donnez en ce qui concerne le coût des sondages sont exacts. Je dois souligner que notre part du coût des sondages Nielsen et BBM représente environ 15 p. 100 du total pour l'ensemble de l'industrie. C'est un peu plus pour la télévision et nettement moins de 15 p. 100 pour la radio. Nous partageons donc avec beaucoup d'autres les coûts des cotes BBM et Nielsen.

Les responsables des ventes du côté télévision, qui est à l'origine de la majeur partie des coûts, c'est–à–dire des quatre millions de dollars et quelques. . . Les sondages concernant la télévision représentent la quasi totalité. Pour la radio, les sondages représentent en fait moins de 400 000$ annuellement.

On considère que le coût des sondages fait partie du coût global de nos activités. Je crois que les responsables des ventes seraient tout à fait d'accord avec moi pour dire qu'ils récupèrent tout cet argent lorsqu'ils se servent des cotes d'écoute pour vendre du temps d'annonces publicitaires sur le marché. . .

Mrs. Tremblay: You could have had the Olympics for $25 million.

M. Kiefl: C'était plutôt un commentaire.

Mrs. Tremblay: Seriously, you feel that these $5 million you invest to know if people listen to your programs are well–spent because they allow you to sell commercial time.

Mr. Pineau: They do two things. First, we would be unable to find $300 million dollars a year in commercial revenues if we didn't know what our audience is. This is an indispensable condition. Secondly, we would be partially unable to tell you if we are important for the population. We couldn't just tell you: Oh, yes, people love us. With this, we can at least prove it.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): J'aimerais donner à mon collègue, M. Hanrahan, la possibilité de parler aussi. Aurons–nous la possibilité de poser d'autres questions plus tard ou pas?

Le président: Nous allons faire le maximum. C'est en fait à l'ensemble des participants de voir combien de temps nous voulons continuer.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Alors, j'aimerais partager ce temps avec M. Hanrahan.

Le président: Très bien.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je suis moi aussi très heureuse de vous rencontrer et de vous accueillir ici aujourd'hui. Je dois dire cependant qu'il est extrêmement regrettable que M. Manera ait décidé de ne pas venir à notre première réunion. Cela donne l'impression, à mon avis en tout cas, qu'au moins pour notre première série de réunions, il a préféré ne pas nous rencontrer. C'est très regrettable.

Le président: Je dois dire, pour être juste envers M. Manera, que lorsque nous avons négocié les heures, il a expliqué qu'il était soumis à de très fortes pressions dans toutes sortes de domaines différents. Nous pouvions décider d'attendre, de remettre à plus tard les séances d'information et de ne pas démarrer tout de suite, afin que M. Manera puisse être là, ou de se mettre au travail, en sachant que M. Manera viendrait à une date ultérieure, et c'est sans doute de ma faute, pas de la

[*Texte*]

we could see him later. So I want to be fair to him. I take responsibility if that's an unhappy choice.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Thank you, Mr. Chairman.

We find ourselves in an environment of re–evaluation. I would certainly not dispute any of the statistics you brought forward today, and public opinion might indeed be very good, but the reality is that the CBC is continuing to lose money. We are finding ourselves now in a process where we're trying to assist you as you restructure the CBC. I think you are looking at the reality of competition, and even though your three presentations were presented I think to give us a sense that the CBC is doing very well, thank you very much, and everybody is very appreciative of the services, you are looking at a reality of competition. The theme I saw throughout your presentation was the reality of a competing world and the marketplace. Everyone is facing that same reality in the broadcasting industry. The CBC is not alone in that regard.

• 1715

I do have a question that I'd like to put to you now. By the way, you will find that my questions are going to be focused on fiscal management, financial responsibility, strategic planning, corporate planning, all of that wonderful stuff about a mandate. I believe that's important, but I'm going to be coming to this whole review looking at the whole area of financial responsibility. After all, CBC does get over $1 billion in subsidy. I think that any business should be able to manage quite nicely on that without finding themselves increasingly in the red.

The CBC already has French radio, French television, English radio, English television, international radio, and Newsworld. They have been included in the discussions of two new arts channels and are controlling partners in the Festival Channel. We also hear that the CBC and Power Broadcasting are involved in two more television channels. The minister has also given approval for the development of RDI, the French–language news channels. That brings CBC operations now to a total of 10 different channels. It's kind of interesting that the CBC's response to the multi–channel universe is to increase, with more multiple channels of their own.

You have shrinking resources, so I guess my question is what kind of plan is it going to require to commit to providing more channels, which are going to compete not only with private broadcasters but also with each other? I think that's a fair question to look at. There is more than enough valid criticism of the existing CBC services that I really question the validity of developing new ones.

So I'm wondering if there's a strategic plan to all of these services. If so, I would really like it to be provided to the committee. It brings into question why the CBC isn't evaluating its existing services rather than considering delivery of a whole host of new and very expensive initiatives.

[*Traduction*]

sienne. J'ai dit qu'il me semblait plus important de nous mettre au travail tout de suite et que nous pourrions le voir plus tard. Je tiens à être juste envers lui. Je prends l'entière responsabilité de cette décision, si elle ne vous convient pas.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Merci, monsieur le président.

Nous nous trouvons dans un contexte de ré–évaluation. Je ne veux pas contester les chiffres que vous nous avez présentés aujourd'hui et l'opinion publique est peut–être effectivement très favorable mais, dans la réalité, il reste que Radio–Canada continue à perdre de l'argent. Nous essayons maintenant, dans le cadre du processus actuel, de vous aider dans la restructuration de Radio–Canada. Vous vous trouvez face à la concurrence et bien que dans votre trois exposés, vous ayez essayé de nous montrer que tout va très bien pour Radio–Canada, grand merci, et que les services sont grandement appréciés par tous, vous êtes aux prises avec une forte concurrence. Pour moi, le thème qui se dégage de vos exposés, est celui de la réalité de la concurrence et du marché. La situation est la même pour tous dans le monde de la radiodiffusion et Radio–Canada n'est pas seule en ce sens.

J'aimerais maintenant vous poser une question. Au fait, vous allez remarquer que toutes mes questions vont porter sur la gestion et la responsabilité financières, la planification stratégique, la planification d'entreprise, toutes ces merveilleuses composantes qui entrent dans un mandat. Je crois que c'est important, mais je vais aborder tout cet examen sous l'angle de la responsabilité financière dans son ensemble. Après tout, Radio–Canada touche plus de 1 milliard de dollars de subventions. Il me semble que toute entreprise devrait pouvoir fonctionner assez bien avec une telle somme sans se trouver de plus en plus dans le rouge.

Radio–Canada a la radio française, la télévision française, la radio anglaise, la télévision anglaise, la radio internationale et News World. Les représentants de Radio–Canada ont participé aux discussions concernant les deux nouvelles chaînes artistiques et sont des associés majoritaires dans le Festival Channel. On nous dit également que Radio–Canada et Power Broadcasting s'occupent de deux autres canaux de télévision. Le ministre a aussi approuvé la mise sur pied de RDI, la chaîne d'actualité en langue française. Ainsi, les activités de Radio–Canada représentent maintenant un total de 10 chaînes différentes. Il est intéressant de voir qu'en réponse à la multiplication des canaux, Radio–Canada met sur pied un nombre accru de chaînes multiples.

Vous avez des ressources en peau de chagrin et j'aimerais que vous me disiez quel genre de plan il faudra mettre en place pour offrir un plus grand nombre de chaînes, qui vont être en concurrence, non seulement avec les radiodiffuseurs privés, mais aussi entre elles? Je crois que la question mérite d'être posée. Il y a déjà suffisamment de critiques justifiées à l'égard des services existants de Radio–Canada et l'on peut se demander s'il est opportun d'en créer de nouveaux.

Je voudrais donc savoir s'il existe un plan stratégique pour tous ces services. Si oui, j'aimerais que vous le communiquiez au comité. Cela soulève aussi la question de savoir pourquoi Radio–Canada n'évalue pas ses services actuels au lieu d'envisager de lancer toute une série de nouvelles initiatives très coûteuses.

[*Text*]

The Chairman: Who'd like to take that? Mr. McEwen.

Mr. McEwen: First of all, let me start by saying that we've indicated right at the start of our presentation that we will be here in mid–October or later to give you our whole strategic plan for the next four or five years. We will speak to that at that time. One of the difficulties for us was that we couldn't be prepared for September 22, and that's part of the discussion we had. We're looking at our internal operations. We're looking at the environment around and we are preparing a strategic response. So we will be—

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Mr. McEwen, excuse me for interrupting you, but I have to say that corporations do have long–range strategic plans—

Mr. McEwen: That's right.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): —and I think it would have been very useful and valid for our discussions from this point forward to have had that information.

Mr. McEwen: But we've indicated that we're going to do that. This session, as I understand it, with respect, Mrs. Brown, is to talk about what the CBC services are today, what our experience has been and where we are. That gives a platform for the discussion of the strategic future and we'll be delighted to share that with you. We're not prepared to do that today.

The Chairman: I understand that they're not complete.

Mr. McEwen: That's right. We're still working at it, in a number of elements—the internal economies we have to make, some of the decisions we're going to have to make in terms of program initiatives in both English and French television, some of the program development areas in radio. All of those are being fine–tuned and will be brought to the committee for discussion and review, and I presume debate.

I would like to pick up on a couple of other points that I think are important to at least get on the record. I didn't know that the CBC was in the red or losing money.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): There is an $80 million shortfall this year.

Mr. McEwen: No, there's not an $80 million. . . We will balance our budget this year, as we have done every year. When we talk about shortfalls, these are projected shortfalls. We have a $100 million shortfall projected over the next four years. That is due to a reduction in the parliamentary appropriation, coming from the Mazankowski budget–directed cuts in 1993 and confirmed in the last budget.

• 1720

We have $40 million that we face over the next four years due to no funding for inflation and other unavoidable costs. We are carrying right now a $35 million to $40 million structural shortfall in the corporation, which we have been financing year to year, using various resources that we think have to be addressed over the next four years, and we will do that.

[*Translation*]

Le président: Qui voudrait répondre. Monsieur McEwen.

M. McEwen: Tout d'abord, j'aimerais commencer en disant que nous avons précisé dès le début de notre exposé que nous reviendrions à la mi–octobre au plus tard pour vous présenter notre plan stratégique d'ensemble pour les quatre ou cinq prochaines années. Nous répondrons à cela à ce moment–là. L'un des problèmes pour nous était qu'il nous était impossible d'être prêts pour le 22 septembre, et c'est en partie de cela que nous avons discuté. Nous étudions nos opérations internes. Nous regardons l'environnement dans lequel nous nous trouvons et nous préparons une réponse stratégique. Ainsi, nous serons. . .

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Monsieur McEwen, excusez–moi de vous interrompre, mais je tiens à dire que les entreprises ont des plans stratégiques à long terme. . .

M. McEwen: C'est exact.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): . . .et je crois qu'il aurait été très utile et très important pour nos discussions d'avoir tous ces renseignements.

M. McEwen: Mais nous avons dit que nous allions le faire. D'après ce que j'ai compris, sauf votre respect, madame Brown, cette séance devait être consacrée à une discussion sur les services actuels de Radio–Canada, sur notre expérience jusqu'ici et la situation en ce moment. Cela constitue une plate–forme pour la discussion sur l'avenir stratégique et nous nous ferons un plaisir de vous en parler. Nous ne sommes pas prêts à le faire aujourd'hui.

Le président: Je crois que ce n'est pas encore absolument terminé.

M. McEwen: C'est juste. Nous y travaillons toujours à plusieurs niveaux—les économies internes qu'il faudra faire, certaines des décisions que nous devrons prendre quant aux projets d'émissions à la télévision anglaise et française, certains domaines d'émissions à la radio. Tout cela va être peaufiné et présenté au comité afin qu'il soit possible d'examiner tous les éléments, d'en discuter et, je suppose, d'en débattre.

J'aimerais revenir sur deux autres points qui me semblent mériter de figurer au compte rendu. Je ne savais pas que Radio–Canada était dans le rouge ou perdait de l'argent.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Il y a un déficit de 80 millions de dollars cette année.

M. McEwen: Non, il n'y a pas de déficit de 80 millions. . . Nous allons équilibrer notre budget cette année, comme nous l'avons fait chaque année. Lorsque nous parlons d'un manque à gagner, il s'agit de prévisions. Nous avons prévu 100 millions de dollars de manque à gagner au cours des quatre prochaines années. Cela vient d'une réduction des crédits parlementaires, liée aux coupures budgétaires du budget Mazankowski en 1993 et confirmée dans le dernier budget.

Nous prévoyons un manque à gagner de 40 millions de dollars au cours des quatre prochaines années en raison de l'absence de financement pour l'inflation et d'autres coûts inévitables. Nous avons actuellement dans l'entreprise un manque à gagner structurel de 35 millions à 40 millions de dollars que nous finançons d'une année sur l'autre, avec différentes ressources, et qu'il faudra régler au cours des quatre prochaines années, et c'est ce que nous allons faire.

[*Texte*]

We have balanced our budget every year. We continue to balance our budget. We're not allowed to come in with a deficit. It's just as simple as that. So we have no deficits, and I think you create a misimpression when you suggest that.

The Chairman: I'm aware that you wish to divide your time. May I pass to Mr. Hanrahan for. . .?

Mr. Hanrahan: Thank you, Mr. Chairman.

Thank you, gentlemen, for your presence today. It is an awful lot of information at this time of the day for us to digest and I'm very glad that we're going to get copies of it. I also would hope that, as I mentioned earlier, we do get copies of your presentations in the next few days, prior to the meeting, so that we might have a chance to run over them.

Mr. McEwen, you had mentioned that you did not want to discuss the article in *The Globe and Mail* today. Is it my understanding from what you just said to Mrs. Brown that you will be prepared to discuss this in the second go-around? Because it is going to be significant.

Mr. McEwen: Oh, of course. We're prepared to discuss our whole fiscal strategy when Mr. Manera comes here in October. We have committed to do that.

Mr. Hanrahan: Fine, thank you. The other thing you began with was a list of myths that the CBC was often accused of. The first one I would ask about—for information, not as an accusation in any way—is you said the CBC is accused of being elitist but it is not. Mr. Kiefl, in one of your charts it was stated that there was about a 15% make-up of English CBC over the last 10 years and that was fairly consistent—it might have gone up or down 1% or 2%, but it was fairly consistent. Have you ever analysed what made up that 15% in terms of occupation, social standing, that kind of thing?

Mr. Kiefl: Yes, actually we do it on an annual basis, or more than once per year actually. All of the audience data I referred to was, in the case of radio, on a 12 plus basis, because that's how radio is measured.

The Chairman: Twelve plus in age.

Mr. Kiefl: Yes, 12 plus in age. Sorry.

Mr. Hanrahan: Rather than go through a breakdown, this is what I'm trying to get at. Is there a consistency among the make-up of that audience over the last 10 years?

Mr. Kiefl: Are you referring to radio in particular?

Mr. Hanrahan: Or television.

Mr. Kiefl: Well, in radio there is a statistical skew, if you want to use that term, toward people with higher education, for example. It's about an 11% share of tuning that I was referring to. Our radio stations have about 11%. Among those with university education, the share of listening is about double that, about 22% or 23%.

[*Traduction*]

Nous avons équilibré notre budget tous les ans. Nous continuons à le faire. Nous n'avons pas le droit d'être déficitaires. C'est aussi simple que cela. Donc, nous n'avons pas de déficit, et je crois que vous donnez une impression fausse en tenant ces propos.

Le président: Je sais que vous souhaitez diviser votre temps. Puis-je passer la parole à M. Hanrahan pour. . .?

M. Hanrahan: Merci, monsieur le président.

Merci, messieurs, d'être venus aujourd'hui. Vous nous avez donné une somme considérable d'informations qu'il nous est difficile d'assimiler à cette heure-ci et je suis très heureux de savoir que nous allons avoir des exemplaires des documents. J'espère également, comme je l'ai dit tout à l'heure, que nous aurons un exemplaire de vos exposés au cours des prochains jours, avant la réunion, afin que nous puissions les parcourir.

Monsieur McEwen, vous avez dit que vous ne vouliez pas discuter de l'article du *Globe and Mail* aujourd'hui. Puis-je déduire de ce que vous venez de dire à M^me^ Brown que vous serez prêt à en discuter lors de notre deuxième rencontre? Parce que ce sera important.

M. McEwen: Oh, bien sûr. Nous sommes prêts à discuter de toute la stratégie fiscale lorsque M. Manera viendra en octobre. Nous nous sommes engagés à le faire.

M. Hanrahan: Très bien, merci. Par ailleurs, vous avez commencé par une liste des mythes concernant les reproches que l'on faisait souvent à Radio-Canada. Je voudrais tout d'abord—à titre d'information, il ne s'agit pas du tout d'une accusation—revenir sur ce que vous avez dit sur le fait que Radio-Canada est accusée d'être élitiste mais que ce n'est pas le cas. Dans l'un de vos graphiques, monsieur Kiefl, vous avez expliqué que les services anglais de Radio-canada obtenaient environ 15 p. 100 au cours des 10 dernières années et qu'il n'y avait pas beaucoup d'écart—1 p. 100 ou 2 p. 100 peut-être dans un sens ou dans l'autre, mais peu d'écart. Avez-vous jamais analysé la composition de ces 15 p. 100 d'auditeurs en termes de situation professionnelle, niveau social, ce genre de choses?

M. Kiefl: Oui, en fait, nous le faisons annuellement, et même plus d'une fois par an. Toutes les données que j'ai citées à propos de d'auditoire, dans le domaine de la radio, étaient établies sur une base 12 plus, parce que c'est ainsi que l'on mesure la situation de la radio.

Le président: Vous voulez dire 12 ans et plus.

M. Kiefl: Oui, 12 ans et plus, excusez-moi.

M. Hanrahan: Au lieu de faire une ventilation, c'est ce que j'essaie de voir. La composition de cet auditoire est-elle restée constante au cours des 10 dernières années?

M. Kiefl: Voulez-vous parler de la radio en particulier?

M. Hanrahan: Ou de la télévision.

M. Kiefl: Eh bien, pour la radio, il y a un biais statistique, si j'ose dire, en faveur des personnes ayant un niveau d'études plus élevé, par exemple. La part d'écoute dont je parlais est d'environ 11 p. 100. Nos stations radios ont environ 11 p. 100. Chez les personnes ayant fait des études universitaires, la part d'écoute est environ du double, soit à peu près 22 p. 100 ou 23 p. 100.

[*Text*]

Mr. Hanrahan: What I'm trying to get at is this concept of elitism and the concept that you are getting more than one billion tax dollars every year. I'm concerned that a certain portion of our population is subsidizing the television and radio entertainment of another portion of our population. Would that be a fair conclusion to draw from the data you gave us?

Mr. Kiefl: No, I'd actually draw the opposite conclusion. The reach statistics I referred to indicate that roughly four out of five Canadians use the CBC television services on a weekly basis. For example, the Statistics Canada 1992 survey indicated that if you combine radio and TV together about 82% of anglophones and francophones use one or other of the radio or TV services of CBC for at least one hour a week. Now, that's on a weekly basis. If one extends it out over a month, the usage of CBC grows even higher. It's as much as nine out of ten Canadians on a monthly basis, if one had the data. On a quarterly basis, it's actually approaching 100%.

[*Translation*]

M. Hanrahan: J'essaie de faire le rapprochement entre cette notion d'élitisme et le fait que vous recevez plus d'un milliard de fonds publics tous les ans. Je ne voudrais pas qu'un certain segment de la population subventionne les émissions de télévision et de radio suivies par un autre segment de la population. Puis–je tirer cette conclusion des données que vous nous avez présentées?

M. Kiefl: Non, en fait, je tirerais la conclusion inverse. Les chiffres que j'ai mentionnés concernant votre audience montrent qu'environ quatre Canadiens sur cinq se servent des services de télévision de Radio–Canada sur une base hebdomadaire. Par exemple, l'enquête de Statistique Canada en 1992 a montré que si l'on combinait la radio et la télévision, environ 82 p. 100 des anglophones et des francophones utilisent les services de radio ou de télévision de Radio–Canada pendant au moins une heure par semaine. Bon, c'est sur une base hebdomadaire. Si l'on va jusqu'à un mois, l'utilisation est encore plus importante. On arrive à neuf Canadiens sur dix sur une base mensuelle, si l'on avait les données. Sur une base trimestrielle, c'est presque 100 p. 100.

• 1725

It would seem to me there are very few institutions, organizations, or services—public services in particular—other than maybe the road system, that would have that kind of usage.

Je dirais qu'il y a très peu d'institutions, d'organisations, ou de services—de services publics en particulier—en dehors peut–être du réseau routier, qui obtiennent un tel pourcentage d'utilisation.

Mr. Hanrahan: How would that compare with your competition, let's say CTV? Would the make–up of the CTV audience be broader? We would, I guess, again speak of reach as opposed to share, as you used in your Mac's and Loblaws example. Would it be much broader in the reach aspect of it?

M. Hanrahan: Où vous situez–vous par rapport à vos concurrents, disons CTV? Est–ce que l'auditoire de CTV aurait une composition plus large? Là encore, je suppose que nous parlons d'audience plutôt que de part de marché, comme vous l'avez fait dans votre exemple sur Mac's et Loblaws. Est–ce que ce serait plus large, pour ce qui est de l'audience?

Mr. Kiefl: Do you mean among different groups in the population?

M. Kiefl: Vous voulez dire entre les différents segments de la population?

Mr. Hanrahan: Yes.

M. Hanrahan: Oui.

Mr. Kiefl: CTV's reach is just about the same as CBC's; that is, about four out of five Canadians will use CBC or CTV on a weekly basis, according to the same data, A.C. Nielsen. So it's pretty difficult to say there's any real difference.

M. Kiefl: L'audience de CTV est à peu près la même que celle de Radio–Canada, en ce sens qu'environ quatre Canadiens sur cinq vont écouter Radio–Canada ou CTV sur une base hebdomadaire, toujours d'après les mêmes données, A.C. Nielsen. Il est donc difficile de dire s'il y a une différence.

Mr. Hanrahan: Okay. How about if we compare shares, CBC and CTV?

M. Hanrahan: D'accord, et si l'on compare les parts de marché, entre Radio–Canada et CTV?

Mr. Kiefl: Again, if you look at the demographic profile of CBC English television versus CTV, there's very little difference. That's because of the mainstream nature of the programming on both CBC and CTV. When you have major national news programs mixed with sports—

M. Kiefl: Là aussi, si l'on prend le profil démographique de la télévision anglaise de Radio–Canada par rapport à CTV, il y a très peu de différence. C'est parce que aussi bien à Radio–Canada qu'à CTV, les émissions s'adressent au grand public. Lorsqu'on a des émissions d'actualité nationales combinées avec des émissions sportives...

Mr. Hanrahan: The fourth myth you refer to: you say it's a myth that CBC is inefficient. What criteria are you using? We don't have a dollar–and–cents criterion we can use, so how are you developing that?

M. Hanrahan: Vous avez parlé d'un quatrième mythe, selon lequel Radio–Canada est inefficace. Sur quels critères vous basez–vous? Il est impossible d'évaluer vraiment la situation en termes de dollars et de sous et donc, comment procédez–vous?

Mr. McEwen: We're going to take you through some of the finances with Steve Cotsman on Tuesday and you'll have an opportunity to explore that whole area. The yardstick I used was in comparison with other major public broadcasters—the BBC, NHK in Japan, and others.

M. McEwen: Nous allons vous expliquer les questions financières avec Steve Cotsman mardi et vous aurez la possibilité d'examiner tout ce domaine. J'ai fait une comparaison avec d'autres grands radiodiffuseurs publics... la BBC, NHK au Japon, et d'autres.

[*Texte*]

The Chairman: Thank you very much.

I should welcome Jean Augustine, who's a fill–in today. We're delighted to see you here. We hope it's been worth while. Do come any time.

Roger Gallaway.

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): Certain things said today in your presentation, which I enjoyed very much, are being highlighted by members opposite. One of the things you said in the early part of your presentation was that CBC costs ten cents per day for every Canadian. I think at some point we're going to start distinguishing between CBC radio and CBC television. How do you break it down?

Mr. McEwen: This is just off the top of my head. Our radio services probably cost about two and a half to three cents a day, our television services probably cost around six cents a day, and our distribution services about a cent a day. If I were to characterize it, that's a rough breakdown.

Mr. Gallaway: In the latter part of your presentation we saw a whole barrage of statistics. You talked about how the public perceived your performance, and it would appear you had a high approval rating. I may have missed it in all those numbers, but do you meld or mix these numbers, or do you distinguish radio versus the television?

Mr. Kiefl: Obviously I was going as quickly as possible so as not to take up your question time, and I did go over very quickly that we look at television separately from radio. In fact, those same performance measures, most of which were related to television, we examined for radio as well, and for Newsworld on a separate basis. When *Réseau de l'information* is launched next year, we'll be doing the same thing for the French all–night service.

Mr. Gallaway: So is the approval rating blended?

Mr. Kiefl: In the case of what we've looked at, it's mostly for television we were looking at it, but we do look at our radio services separately.

Mr. Gallaway: How does the approval rating for radio compare with your television network, then?

Mr. Kiefl: You will notice I highlighted that our reach of radio is generally lower than it is for television. I didn't point it out in the graphic I looked at for radio, but about a quarter of Canadians don't have enough knowledge of CBC radio even to offer an opinion about those services. About three out of four have enough knowledge, enough usage of CBC radio to feel that they can offer an opinion. In fact those three out of four rate services of both English and French radio in remarkably similar fashion to the television services.

[*Traduction*]

Le président: Merci beaucoup.

Je voudrais souhaiter la bienvenue à Jean Augustine, qui est là comme remplaçante aujourd'hui. nous sommes très heureux de vous voir ici. Nous espérons que cela vous aura intéressé. Venez quand vous voulez.

Roger Gallaway.

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): Les députés d'en face ont souligné certains des éléments que vous avez présentés aujourd'hui dans votre exposé, exposé qui m'a d'ailleurs beaucoup plu. Vous avez dit entre autres au début de votre présentation que Radio–Canada coûtait 10c. par jour pour chaque Canadien. Je pense qu'à partir d'un certain moment, nous allons faire la distinction entre la radio et la télévision de Radio–Canada. Comment faites–vous la répartition?

M. McEwen: Je vais essayer de vous répondre de mémoire. Nos services radio coûtent sans doute à peu près deux sous et demi à trois sous par jour et nos services de télévision approximativement six sous par jour; et nos services de distribution environ un sou par jour. Voilà en somme une ventilation approximative.

M. Gallaway: À la fin de votre exposé, nous avons vu toute une énumération de chiffres. Vous avez expliqué quelle était la perception du public et il semble que l'opinion vous soit très favorable. Je n'ai peut–être pas suivi exactement tous ces chiffres, mais je me demande si vous les mélangez ou si vous faites la distinction entre la radio et la télévision?

M. Kiefl: Naturellement, j'ai voulu aller le plus vite possible afin de ne pas trop empiéter sur le temps consacré aux questions et je suis passé très rapidement sur le fait que nous étudions la télévision et la radio séparément. En fait, ces mesures de satisfaction s'appliquaient pour la plupart à la télévision, mais nous avons fait le même exercice pour la radio et pour Newsworld séparément. Lorsque le Réseau de l'information sera lancé l'année prochaine, nous ferons de même pour le service en français offert toute la soirée.

M. Gallaway: Est–ce que vous avez mélangé les cotes de satisfaction?

M. Kiefl: Nous avons essentiellement examiné la situation de la télévision, mais nous étudions nos services de radio séparément.

M. Gallaway: La cote de satisfaction de la radio est–elle comparable à celle de votre réseau de télévision?

M. Kiefl: J'ai souligné que pour la radio, notre audience était généralement plus basse que pour la télévision. Je ne l'ai pas signalé dans le graphique que j'ai présenté pour la radio, mais environ un quart des Canadiens ne connaissent même pas suffisamment la radio de Radio–Canada pour pouvoir donner une opinion sur ces services. Environ trois sur quatre ne connaissent pas assez bien et n'écoutent pas suffisamment la radio de Radio–Canada pour se sentir capables d'énoncer une opinion. En fait, ces trois personnes sur quatre évaluent les services de la radio anglaise et de la radio française de façon remarquablement semblable aux services de télévision.

[*Text*]

Mr. Gallaway: You've obviously gone out and commissioned some sort of polling group, and you come here and tell us these numbers. One of the criticisms I hear is that no one is ever able to see these polls. Do you allow some sort of independent scrutiny of your numbers, how you arrived at them?

Mr. Kiefl: There's really no official policy, I don't think—at least I'd be aware of it if there were—about release of survey research or audience research that we do. There are many academics who come to us and ask us for access to our research, and more often than not, far more often than not, they're given access to the research. In fact, a book was just published this summer on the research department of the CBC, called *Channels of Influence*, by a noted historian at Carleton University. He had access to the 2,000–odd studies, major studies, that the department has done since 1954.

We don't have a lot of spare time to promote the department, but when people come and ask, we're usually very open to requests. The only proviso, usually, is if we have research that deals perhaps with a particular on–air personality. We prefer not to share that information for fear of embarrassing someone.

Mr. Gallaway: I was referring to the basis of your approval ratings. I wasn't interested in who liked whom, just the general approval. Is it open to scrutiny?

Mr. McEwen: Oh, absolutely. The point I should make here is that an outside firm does the survey. The CBC doesn't. It's contracted out. We work with them, develop the questions, but it's contracted out in the private sector and they do the development for us and bring it all in. Our people then do the work in the summaries that you see now.

Mr. Kiefl: I should point out, by the way, that the annual media survey results that I was highlighting here were provided to the committee this summer in report form for the years 1987 through to 1992, so we're certainly very willing to share them with the committee.

Mr. Gallaway: I want to go over to the question of the five myths that you raised. The second myth you talked about is that you can't distinguish CBC from private broadcasters. You also make the distinction between prime time and the other 21 hours, or whatever it is, in the day. Are you talking about the myth that you cannot distinguish CBC from private broadcasters in prime time, or are you talking in a general sense?

Mr. McEwen: I would say in a general sense, recognizing that there are obviously some parts of the schedule where we have some challenges, but I would say in a general sense.

Mr. Gallaway: In July 1994, in the national press, a number of articles appeared that were critical of CBC. There was a report, and according to the newspapers it was emanating from CTV and it was critical of CBC in the sense that you are

[*Translation*]

• 1730

M. Gallaway: De toute évidence, vous avez commandé un sondage à un groupe quelconque, et vous nous présentez ce chiffre aujourd'hui. Mais une des critiques que j'entends, c'est que personne ne peut jamais voir ces sondages. Est–ce que vous permettez un examen indépendant de vos chiffres et de la façon dont vous y êtes arrivés?

M. Kiefl: Il n'existe pas de politique officielle, il me semble—et j'imagine que je le saurais s'il y en avait une—, au sujet de la publication des résultats de nos sondages ou de nos enquêtes auprès de l'auditoire. Il y a beaucoup d'universitaires qui nous demandent de leur donner accès à notre recherche, et le plus souvent, bien plus souvent qu'autrement, nous leur accordons cet accès. En fait, un historien réputé de l'Université Carleton vient de publier cet été un ouvrage intitulé *Channels of Influence*, sur le service des recherches de Radio–Canada. Il a eu accès aux quelques 2 000 études, des études importantes, que le service a réalisés depuis 1954.

Nous n'avons pas beaucoup de temps pour faire la promotion de ce service, mais quand des gens viennent nous voir, nous sommes habituellement très ouverts à leurs demandes. En général, la seule restriction, c'est si nous avons des études qui portent par exemple sur une personne en particulier qui se produit sur les ondes. Nous préférons ne pas diffuser cette information de crainte d'embarrasser quelqu'un.

M. Gallaway: Je voulais parler des critères d'établissement de vos cotes de satisfaction. Je ne veux pas savoir qui aime qui, je veux seulement parler de la satisfaction générale. Est–ce qu'il est possible d'examiner ces données?

M. McEwen: Oh, tout à fait. Je tiens à préciser que c'est une firme de l'extérieur qui effectue l'enquête. Ce n'est pas Radio–Canada. Cela se fait à contrat. Nous travaillons avec cette firme, nous élaborons les questions, mais nous accordons ensuite un contrat à une entreprise du secteur privé, qui met le tout au point et qui nous rapporte les chiffres. Nos gens font ensuite les résumés que vous voyez ici.

M. Kiefl: Je dois souligner en passant que les résultats des sondages annuels sur les médias que je vous ai présentés ici faisaient l'objet d'un rapport présenté cet été au Comité pour les années 1987 à 1992; nous sommes donc tout à fait prêts à en discuter avec le Comité.

M. Gallaway: Je voudrais passer à la question des cinq mythes dont vous avez parlés. Le deuxième mythe que vous avez énoncé, c'est celui de la difficulté de faire la distinction entre la SRC et les radiodiffuseurs privés. Vous avez également établi une distinction entre les heures de grande écoute et les 21 autres heures, ou quelque chose du genre, de la journée. Voulez–vous parler du mythe voulant qu'il est impossible de distinguer la SRC des radiodiffuseurs privés aux heures de grande écoute, ou si c'était un commentaire général?

M. McEwen: Je dirais que c'était plutôt un commentaire général, quoique certaines parties de la grille d'horaire nous posent évidemment des problèmes particuliers, mais je dirais plutôt que c'est de façon générale.

M. Gallaway: En juillet 1994, on a publié dans la presse nationale un certain nombre d'articles plutôt critiques envers la SRC. Il y a eu un rapport, qui venait de CTV d'après les journaux, et dans lequel on critiquait la SRC parce qu'elle

[*Texte*]

increasing your sports coverage to a point that we won't be able to distinguish CBC from the sports network that I get at home. How do you see that in terms of your relevance, or in terms of your mandate in presenting a Canadian perspective, when you're going to be broadcasting sports car racing, all sorts of other things that are basically American sports? How do you justify that then?

Mr. McEwen: What I start off by saying is that as a public broadcaster we have to have a full range of programming. And when we say that, sports is part of that, both sport that is professional and sport that is amateur, and sport has the full gamut.

The volume of our sports coverage happens to focus on things Canadian, hockey for example, curling, amateur athletics, the Commonwealth Games just past. When we go to the Olympics, we tend to focus, yes, on the Olympics generally, but on the Canadian team, the Canadian aspects. This is no different now from what it has been historically. We've always been part of these events. We haven't made a change of policy that says we're going to be more aggressive or more competitive in this area. We consider that to be part of these major events is important for the public broadcaster's relevance for that particular community that wants to celebrate its family members, its friends through athletics.

• 1735

If you look at just where we are in terms of percentage of our schedules in sports, we're actually a little less I think than we were ten years ago, but pretty constant. We're around 8% or 9% of our television schedule, and that's been constant over the years. So I have some trouble with some of the criticisms that have been made in the newspaper.

Mr. Gallaway: One of the suggestions made—it wasn't a suggestion, it was printed—was that the CBC, instead of the 8% or 9% you mentioned, would have 15% sports time next year.

Mr. McEwen: That's certainly not my understanding.

Mr. Gallaway: Your 8% or 9%... Recognizing that we've had the Commonwealth Games this year, if we were to subtract that from the equation, what's the ratio of professional versus amateur sports then?

Mr. McEwen: I would have to go back and give you an analysis. I have not broken it down.

Mr. Gallaway: Would it be 70% professional?

Mr. McEwen: I don't want to say. There is a balance there, but I'm not sure what that balance is. I'll come back and give you an answer, but I want to look at it.

Mr. Gallaway: All right. Of the professional sports then, what percentage would be American–based?

[*Traduction*]

augmente le nombre de ses émissions sportives à un point tel qu'il ne sera plus possible de distinguer Radio–Canada du réseau des sports que je capte chez moi. Comment envisagez–vous cela par rapport à votre pertinence, à votre mandat consistant à présenter une perspective canadienne, si vous avez l'intention de diffuser par exemple des courses automobile et toutes sortes d'autres sports qui sont essentiellement américains? Comment justifiez–vous cela?

M. McEwen: Premièrement, en tant que radiodiffuseur public, nous devons avoir une programmation complète et variée. Et les sports font partie de cette programmation, tant du côté professionnel que du côté amateur, et il y a une foule de sports.

Nos émissions sportives portent surtout sur l'aspect canadien, par exemple sur le hockey, le curling, l'athlétisme amateur ou les Jeux du Commonwealth, qui viennent de se terminer. Quand nous allons aux Olympiques, nous couvrons bien sûr l'ensemble des Jeux, mais nous nous attachons surtout à l'équipe canadienne, aux aspects canadiens. C'est exactement ce que nous avons toujours fait. Nous avons toujours participé à ces manifestations. Nous n'allons pas modifier notre politique ou décider de nous montrer plus dynamiques ou plus compétitifs dans ce domaine. Il est important à notre avis que les radiodiffuseurs publics participent à ces grandes manifestations pour refléter fidèlement la collectivité qu'ils desservent, et dont les membres veulent célébrer par l'athlétisme les réalisations de leurs amis et des membres de leur famille.

Si vous examinez le pourcentage que les sports représentent dans notre grille d'horaire, vous constaterez qu'il a légèrement diminué par rapport à ce qu'il était il y a 10 ans, mais c'est quand même assez constant. Les sports représentent environ 8 p. 100 ou 9 p. 100 de notre programmation à la télévision, et cela n'a pas vraiment changé au fil des années. Donc, je comprends difficilement certaines des critiques présentées dans ce journal.

M. Gallaway: Une des choses qui y étaient suggérées—et c'était plus qu'une suggestion, puisque c'était écrit en toutes lettres—c'est que la SRC consacrerait 15 p. 100 de sa programmation aux sports l'an prochain, plutôt que les 8 p. 100 ou 9 p. 100 que vous avez mentionnés.

M. McEwen: Ce n'est certainement pas ce que j'ai compris.

M. Gallaway: Vos 8 p. 100 ou 9 p. 100... Compte tenu du fait que nous avons eu cette année les Jeux du Commonwealth, quel serait le ratio du sport professionnel par rapport au sport amateur si on enlevait les Jeux de cette équation?

M. McEwen: Il faudra que je me renseigne avant de pouvoir vous fournir cette analyse. Nous n'avons pas de chiffres précis à ce sujet.

M. Gallaway: Diriez–vous que le sport professionnel représente 70 p. 100?

M. McEwen: Je préfère ne pas me prononcer. Il y a un peu des deux, mais je ne sais pas exactement dans quel pourcentage. Je peux vous fournir une réponse, mais je veux d'abord vérifier.

M. Gallaway: D'accord. Dans le domaine du sport professionnel, alors, quel serait le pourcentage des manifestations américaines?

[*Text*]

Mr. McEwen: We focus on Canadian hockey, obviously, and when we cover baseball we focus on the Blue Jays or the Expos. It may be an American game, but it happens to be here in Canada. The CFL so far is still a Canadian event. Some of the golf and some of the car racing I suppose would be, but pretty well everything else has a Canadian focus and that's the majority of it. That's 90% of it.

In addition, we also tuck in the major amateur athletic sports. We made a long–term commitment to the Canada Games people to be part of their event, both winter and summer, over the coming years. That helps them. It also helps us, because it allows us to track these athletes in the community and what not.

So when you start rolling all those things in, our sports events are 95% Canadian in their focus. The balance between amateur and the athletic I don't have off the top of my head, but we'll find it if you want.

The Chairman: Please be mindful of the fact that our time is pushing on. I want to be fair, but I know we also want to get out of here. I would like to suggest that we now go on to our single questions.

I'd like to pick up Simon first, because he has not yet had a chance to ask a question. Mr. de Jong, and then back to a single one. I hope we can wrap up in 15 minutes. I thank you for your patience.

Mr. de Jong, your question.

Mr. de Jong (Regina—Qu'Appelle): It's going to be tough, so I'll try to get some of it in a preamble and then I'll throw the question.

There's a lot to go over and hopefully in the weeks ahead we'll be able to do it. There is the whole question of accountability as well, whether the CBC should be under the freedom of information. Right now you're not, you're exempted from it. That's a good question as well, as to whether you should or you shouldn't be, because the CBC is a public body.

I will pick up where Mr. Gallaway left off. I think it would be helpful to this committee as well if you provided us with some more statistics. For example, if you take sports and news out of Canadian programming, who gets what share and what is significant? I think that's really important, because news is something you're going to be providing, and, yes, there is something in Canadian news as opposed to foreign news, absolutely. Sports is sort of that same thing. But it's the drama, it's the others that create the personality that begins to define the national character—not that sports and news don't, but it's on another level—

Mr. McEwen: I understand what you're saying.

[*Translation*]

M. McEwen: Nous nous concentrons surtout sur le hockey canadien, évidemment, et quand nous couvrons le base–ball, nous suivons d'abord et avant tout les Blue Jays ou les Expos. Ce peut–être un sport américain, mais il se joue ici au Canada. Et, jusqu'à preuve du contraire, les matchs de la Ligue canadienne de football sont des manifestations canadiennes. Je suppose qu'on pourrait dire que certains tournois de golf et certaines courses automobiles sont américains, mais presque tout le reste est présenté dans une perspective canadienne. C'est le cas pour la majorité de nos émissions sportives, pour 90 p. 100 d'entre elles.

En outre, nous couvrons également les grandes manifestations d'athlétisme amateur. Nous nous sommes engagés à long terme envers les gens des Jeux du Canada, pour participer à ces jeux pendant les années à venir, tant ceux de l'hiver que ceux de l'été. Cela les aide, et nous aide aussi parce que cela nous permet de suivre ces athlètes dans leur communauté, par exemple.

Donc, quand on additionne tous ces éléments, on s'aperçoit que nos émissions sportives ont à 95 p. 100 une perspective canadienne. Je ne pourrais pas vous dire par coeur quelle est la proportion du sport amateur et de l'athlétisme, mais nous pouvons la trouver si cela vous intéresse.

Le président: J'aimerais vous rappeler que le temps passe. Je veux être juste, mais je sais que nous voulons également sortir d'ici. J'aimerais donc suggérer que nous passions maintenant à nos questions uniques.

Je vais donner la parole à Simon pour commencer parce qu'il n'a pas encore eu la chance de poser une question. M. de Jong, après quoi nous passerons aux questions uniques. J'espère que nous pourrons conclure d'ici 15 minutes. Je vous remercie de votre patience.

Monsieur de Jong, vous pouvez poser votre question.

M. de Jong (Regina—Qu'Appelle): Ce sera difficile; je vais donc essayer de vous résumer ma pensée dans un préambule, après quoi je vous poserai ma question.

Il y a beaucoup de choses à étudier, et j'espère que nous allons pouvoir les étudier dans les semaines à venir. Il y a aussi toute la question de l'imputabilité, à savoir si la SRC devrait être exemptée des dispositions relatives à l'accès à l'information. À l'heure actuelle, vous êtes exemptés de ces dispositions. C'est une question intéressante également, à savoir si vous devriez ou non être exemptés parce que la SRC est un organisme public.

Je vais reprendre la discussion là où M. Gallaway l'a laissée. Je pense qu'il serait utile au comité que vous puissiez nous fournir plus de statistiques. Par exemple, si vous laissez de côté les sports et l'information dans la programmation canadienne, j'aimerais savoir comment se répartit ce qui reste, et ce que vous jugez important. Je pense que ce serait vraiment très utile parce que vous diffusez bien sûr de l'information et que les nouvelles canadiennes ne sont pas les mêmes que les nouvelles de l'étranger, c'est certain. C'est un peu la même chose pour les sports. Mais ce sont les dramatiques et les autres types d'émissions qui créent une personnalité permettant de définir un peu notre caractère national—non pas que les sports et l'information ne le fassent pas, mais c'est à un autre niveau. . .

M. McEwen: Je comprends ce que vous voulez dire.

[*Texte*]

Mr. de Jong: When we're concerned about the CBC mandate, I think it's a more nebulous level in terms of defining our character and the psyche of the nation. We have to start looking at what percentage of this gets on the screen, what percentage of this is being watched, and how much of this is your budget. How much does it cost? Some statistics in those areas I certainly would find interesting.

[*Traduction*]

M. de Jong: Ceux qui se préoccupent du mandat de la SRC le font, je pense, à un niveau plus flou, en ce qui concerne la définition de notre personnalité et de notre psyché, comme nation. Il est temps que nous examinions dans quelle proportion ces choses sont présentées à l'écran, dans quelle proportion elles sont regardées, et dans quelle mesure c'est votre budget qui les finance. Combien cela coûte–t–il? Il serait certainement intéressant à mon avis d'avoir des statistiques à ce sujet.

• 1740

Mr. McEwen: By the way, just for a point of information, we will have the media VPs here next week and they will be able to talk in very much detail.

The Chairman: More than we want.

That was a request for information. That's really it.

Mr. de Jong: Fine.

The Chairman: Mrs. Bakopanos.

Mrs. Bakopanos (Saint–Denis): Thank you, Mr. Chairman.

I have a very quick question. It has to do with producing drama. There was a point made that it is highly expensive to produce. I was wondering why there hasn't been any effort made to have private companies produce and then sell to the CBC, perhaps depending on the audience participation, and the cost will be written off in that sense.

Mr. McEwen: We do a great deal of production work with the independent production community. In fact, about 50% of our schedule is based on independent productions that are produced in the private sector. The CBC pays a licence fee for it. We're just about there now. There's not much more, when you take our news and our sports product out. I would say, just off the top, about 50% or 60% of our drama, at least, is produced outside the CBC.

Those costs don't come down because they are outside; they are just financed differently. Some of our challenges there are having product that is distinctively Canadian, because the independent producer depends on further sales for that product in the international market. That sometimes leads to a homogenization of the particular program. So we have some special challenges there. But it is subsidized through Telefilm, and sometimes provincial funding sources as well, to get the product to air. We have, and we are exploring that.

I'll make sure that Jim Byrd and Michèle Fortin directly assess that issue in more detail for you.

Mrs. Bakopanos: Thank you.

Mme Tremblay: Vous avez parlé de plusieurs mythes. Pour ma part, je voudrais vous parler d'une réalité que vous avez nommée «mythe». Vous avez dit que Radio–Canda n'avait pas de comptes à rendre à qui que ce soit. Je suis capable de comprendre que de, votre point de vue, vous avez l'impression que c'est un mythe, mais nous, on a l'impression que c'est une réalité. On ne voit pas où va l'argent. On a des breffages du ministère qui nous disent que vous êtes largement déficitaires, que vous puisez dans les surplus des fonds de pension de vos syndiqués pour compenser vos déficits.

M. McEwen: En passant, je vous signale que les vice–présidents aux médias seront ici la semaine prochaine et qu'ils pourront vous donner beaucoup de détails.

Le président: Plus que nous en voudrons.

C'était une demande d'information, pas plus.

M. de Jong: D'accord.

Le président: Madame Bakopanos.

Mme Bakopanos (Saint–Denis): Merci, monsieur le président.

J'ai une toute petite question à poser. Elle porte sur la production des dramatiques. Quelqu'un a dit que ces émissions coûtaient très cher à produire. Je me demande pourquoi on n'a jamais essayé de les faire produire par des sociétés privées, qui pourraient ensuite les vendre à la SRC, peut–être en fonction des cotes d'écoute, ce qui permettrait d'éponger les coûts.

M. McEwen: Nous travaillons beaucoup avec des producteurs indépendants. En fait, environ 50 p. 100 de nos émissions sont produites dans le secteur privé, par des producteurs indépendants, à qui la SRC verse des droits de diffusion. C'est à peu près là où nous en sommes. C'est à peu près tout, si on ne tient pas compte de nos émissions d'information et de nos émissions sportives. Je dirais qu'environ 50 p. 100 ou 60 p. 100 de nos dramatiques, au moins, sont produites à l'extérieur de la SRC.

Mais elles ne coûtent pas moins cher pour autant; elles sont tout simplement financées différemment. Ce qui est difficile, notamment, c'est d'avoir un produit qui soit typiquement canadien parce que les producteurs indépendants comptent sur la possibilité de vendre ensuite ce produit sur le marché international. Cela entraîne parfois une certaine homogénéisation des émissions. Il y a donc là des difficultés particulières. Mais ces producteurs sont subventionnés par Téléfilm, et parfois aussi par les provinces, pour pouvoir diffuser leurs produits. Donc, nous le faisons déjà et nous explorons cette possibilité.

Je veillerai à ce que Jim Byrd et Michèle Fortin vous donnent plus de détails sur cette question.

Mme Bakopanos: Merci.

Mrs. Tremblay: You talked about several myths. But I would like to mention a reality that you have called a "myth". You said the CBC was not accountable to anybody. I can understand that, for you, it looks like a myth but we are certainly under the impression that it is a reality. We don't see where the money is going. We have briefing sessions at the department where we are told that you have a large deficit and that you are using the surpluses from your unionized employees pension fund to compensate for that deficit.

[*Text*]

Par ailleurs, on sait que vous financiez auparavant certains programmes que le ministère des Affaires étrangères finance maintenant, et qu'en réalité, au cours des cinq dernières années, Radio–Canada a bénéficié d'une augmentation d de budget de 23 p. 100, du moins d'après certaines sources.

Quand on se lève à la Chambre pour poser des questions au ministre, il nous dit: «C'est une société d'État qui a son président et son conseil d'administration, et je n'ai pas à répondre de cela; c'est à eux à répondre.» Quand on écrit, on n'a pas de réponse, parce que vous n'êtes pas soumis à l'accès à l'information, comme le soulignait votre collègue.

Vous comprendrez bien, monsieur le vice–président, que pour nous, ce n'est pas un mythe, mais une profonde réalité. On n'a pas de comptes de Radio–Canada, et on en veut. Savez–vous quoi? Notre commission sera une commission bidon si on n'arrive pas à voir le fond du panier de Radio–Canada. Presque 13 commissions se sont réunies en 10 ans pour étudier la même chose que nous. Au ministère, il y a des commissions comme celle de Nordicity Group Ltd., qui ont étudié le financement. Nordicity Group Ltd., a tout trouvé. Cela a coûté 26 000$. On a le contrat ici. On ne sait rien de cela, car c'est secret. C'est au cabinet. C'est comme cela sur toute la ligne.

Ne pensez pas qu'on va démythifier la réalité ce soir. On l'amplifie.

Le président: Si j'ai bien compris la portée de la question, c'est une question de redevabilité.

M. Pineau: Je regrette, madame, mais je ne peux pas être d'accord avec vous. Je pense bien comprendre ce que vous dites. Ce que l'on a dit, c'est qu'on est extrêmement. . . Cela, je le maintiens et je suis prêt à le défendre. Après la séance, on ira prendre une bière, si vous le voulez, et on pourra en parler très longuement. On est plus responsables publiquement que la plupart des organismes.

• 1745

Cependant, il faut que vous reconnaissiez une chose: nous sommes une créature du Parlement, et le Parlement a dit et répété dans la loi de 1991 qu'il y avait entre le Parlement et la Société une relation *at arm's length*, comme on dit en anglais. Nous sommes également une entreprise commerciale. Comme entreprise commerciale, la livraison des services que l'on fournit à la population du Canada dépend de revenus qui vont jusqu'à 300 millions de dollars par année. Certains disent que c'est trop, mais c'est une réalité: Le quart de notre budget vient du monde de la compétition. Vous n'aurez pas plus accès aux chiffres de CTV ou de TVA, parce que ce sont des entreprises commerciales. Nous sommes aussi une entreprise commerciale, et cela doit être reconnu. Vous allez nuire à notre aspect commercial qu'on nous a fortement encouragés à développer depuis dix ans.

Mme Tremblay: Je veux comprendre. Ici on a des chiffres de déficit. Vous nous dites que vous faites un surplus. Votre président a dit 200 millions de dollars, mais en réalité, c'est 20 millions de dollars. On a téléphoné et on nous a dit que c'était une erreur. C'est cela qu'il faut comprendre. Pourquoi y a–t–il cela? Ce n'est pas nous qui avons inventé cela.

Le président: Heureusement que nous aurons l'occasion, la semaine prochaine, d'approfondir ces question avec les grands experts en finance.

[*Translation*]

We also know that you used to fund programs that are now funded by the Department of External Affairs and that, in fact, the CBC has seen its budget increase by 23%, at least according to some sources.

When we get up in the House to ask questions to the minister, we are told: "It is a Crown corporation with its own president and board of directors, and I am not accountable for them; it is up to them to answer." And when we write, we don't get any answers because you are not subject to access to information, as your colleague was saying.

Mr. Vice–President, you will understand that it is not a myth for us, but a profound reality. The CBC is not accountable to us, and we want it to be. You know what? Our commission will be a bogus commission if we can't get to the heart of that matter. Almost 13 commissions have met in the last 10 years to study the same thing we are studying today. Ther are also committees in the department, for example Nordicité, who have studied the financing question. Nordicité has found everything. It cost $26,000. We have the contract here. But we don't know anything about it because it is secret. It is in Cabinet. And it's like that all the way.

And don't ever imagine that we are going to debunk those myths tonights. We are amplifying them.

The Chairman: If I understood the gist of your question correctly, it is a matter of accountability.

Mr. Pineau: I am sorry, Madam, but I can't agree with you. I think I understand what you are saying. What we are saying is that we are extremely. . . On that, I won't change my mind and I'm ready to defend my point. After the meeting, we can go for a beer if you want and we can talk about it for a long time. We are more accountable to the public than most organizations.

But you have to recognize that we are a creature of Parliament and that Parliament has said time and time again, in the 1991 act, that there was an arm's length relationship between itself and the Corporation. We are also a busisness venture and as such, the delivery of our services to the population of Canada depends on revenues representing up to $300 million a year. Some people say this is too much. But it is a reality: a quarter of our budget comes from our competitive activity. You won't have access either to CTV or TVA data because those are business ventures. We are also a business, and that has to be recognized. You would harm that commercial aspect that we have been strongly encouraged to develop for the last 10 years.

Mrs. Tremblay: I want to understand. We have data here suggesting a deficit, but you are telling us about a surplus. Your president says it's $200 million, but it is in fact $20 million. We phoned and we were told it was a mistake. That is what has to be understood. Why is it this way? We are not the ones who invented it.

The Chairman: By chance, we will have the opportunity to look at those issues more closely next week, with the finance experts.

[*Texte*]

Ms Augustine (Etobicoke—Lakeshore): Thank you, Mr. Chairman. I'm only a visitor to this committee, or maybe I should call myself a pinch–hitter, standing in for another member.

I really want to welcome the CBC here, as someone whose car radio, radio in the bathroom, radio in the house, are always on the CBC, despite the fact that I have two young—not young—women in my household who try to drown out my CBC station. I'm really very pleased to see the transparency with which the CBC is willing to speak to this committee and to spend many hours before the committee, and the willingness to answer questions and the willingness to lay before a parliamentary committee such as this the situation of the CBC.

I'm not sure if I have prejudiced myself by being very supportive of the CBC and its programming—

The Chairman: It sounds like a conflict of interest, but go ahead.

Ms Augustine: I have also had a long history with CBC television and some of the things that have occurred there over the years. As someone who likes to boast about things Canadian and someone very proud to talk about what we have and to use what we have in a comparative way with the BBC and whatever else in other places, I'm very, very pleased and welcome the opportunity to hear your presentation.

There are some questions I would like to ask, but time does not permit: some things around how we measure success. I would have liked to ask some questions and to probe in that area. I have some concerns about the CBC's willingness to ensure that visible minorities, immigrants, and all of those are acceptable accents on the CBC, and faces to be shown, not only in television programming but also in radio programming.

I would probe some things around the statistics you gave us, the age groups of those individuals. I'm sure if you asked my daughter, if hers was the name on the form that came to the household and she was filling that out, there would be a difference between that and my responses.

There are a number of things I would like to probe, but I'd like to find some opportunity later on to receive from you whatever documentation has come out of the other presentations. Bonnie Brown, with whom I communicate on a regular basis, tried to find out what has been happening in this committee. Any other opportunity I have, I'd like to come back.

The Chairman: We will endeavor to keep you informed, and not to the extent that you can't handle the paper load.

Madam Brown.

• 1750

Ms Brown (Oakville—Milton): Thank you very much. I have just three things. The first is for the record also and further to my question regarding financial accountability. Indeed, the CBC has regularly received supplementary appropriations because of consistent budget shortfalls. I want that on the record.

[*Traduction*]

Mme Augustine (Etobicoke—Lakeshore): Merci, monsieur le président. Je ne suis ici qu'en visite, ou peut–être plutôt comme bouche–trou, puisque je représente un autre membre du Comité.

Je tiens beaucoup à souhaiter la bienvenue aux gens de la SRC, puisque j'écoute toujours la radio de la SRC, dans ma voiture, dans la salle de bain, dans la maison, même si j'ai chez moi deux jeunes femmes—enfin, pas si jeunes—qui essaient de noyer le poste que j'écoute. Je suis vraiment très heureuse de constater avec quelle transparence la SRC est prête à parler au Comité et à passer bien des heures devant lui, à répondre à ses questions et à exposer sa situation devant un comité parlementaire comme celui–ci.

Je n'aurais peut–être pas dû exprimer aussi vivement mon appui pour la SRC et pour sa programmation.

Le président: Cela ressemble à un conflit d'intérêts, mais allez–y.

Mme Augustine: J'ai aussi des liens avec la télévision de Radio–Canada depuis longtemps et avec certaines des choses qui se sont passées là–bas au fil des années. Comme j'aime beaucoup vanter tout ce qui est canadien et comme je suis très fière de parler de ce que nous avons et de faire des comparaisons avec ce qu'il y a à la BBC et ailleurs, je suis extrêmement heureuse d'avoir pu aujourd'hui entendre votre témoignage.

Je voudrais vous poser certaines questions, mais le temps ne me le permet pas; j'aimerais que nous discutions par exemple de la façon dont on mesure le succès. J'aurais voulu vous poser des questions dans ce domaine pour approfondir un peu les choses. J'aimerais également savoir si la SRC est prête à accepter sur ses ondes l'accent des membres des minorités visibles, des immigrants, et de montrer leur visage, je ne veux pas parler seulement des émissions de télévision, mais également de la radio.

Si je le pouvais, je vous demanderais plus de détails sur les statistiques que vous nous avez fournies et sur les groupes d'âge auxquels appartiennent ces personnes. Je suis sûre que si vous posiez ces questions à ma fille, si c'était son nom qui figurait sur le formulaire envoyé chez moi et si c'était elle qui remplissait le questionnaire, ses réponses ne seraient pas les mêmes que les miennes.

Il y a un certain nombre de choses que j'aimerais approfondir, mais j'aimerais bien pouvoir recevoir plus tard tous les documents relatifs aux autres exposés. Bonnie Brown, avec qui je communique régulièrement, a essayé de se renseigner sur ce qui se passait ici. Dès que j'en aurai la chance, j'aimerais bien revenir.

Le président: Nous allons essayer de vous tenir au courant, sans aller jusqu'à vous inonder de paperasse.

Madame Brown.

Mme Brown (Oakville—Milton): Merci beaucoup. J'ai juste trois observations à faire. La première est également aux fins du compte rendu et dans la ligne de ma question portant sur la responsabilité financière. En réalité, la société Radio–Canada a reçu régulièrement des crédits supplémentaires à cause de ces immanquables découverts de trésorerie. Je veux que cela soit enregistré au compte rendu.

[*Text*]

The second thing is that I too love CBC radio. You should know that I find that is a knowledge network and that I commend the CBC for that portion of their production. I think countless Canadians feel the same way as I do.

The third thing—and you might like to comment on this, and even my first statement—is that you had said that the fragmentation of the marketplace results in less expensive, usually lower–quality programming. It really struck me when you said that, because that's a pretty big leap, because that's a reality your competitors in the broadcasting industry deal with on a daily basis. I have to say that I don't believe, overall, that we see lower–quality programming because of a fragmented marketplace.

Mr. McEwen: Let me just deal with your finance observations. I hope that on Tuesday we'll have a chance to clarify a lot of those. Steve Cotsman is going to take us through how the corporation spends its money, how it budgets it, how it assesses performance, and all of those issues. I hope that, to your satisfaction and that of other members, we will be able to bring everybody up to the same table with the same information. That's number one.

On number two, do you want to talk a little bit about the fragmentation issue in terms of quality in programming?

Mr. Pineau: The point I was trying to make in the presentation, and that again I suggest you could raise with Jim Byrd and with Michèle Fortin, the two media VPs, when they come next week, because in that field particularly, because of my personal background, which is in radio, I can't speak as eloquently and as knowledgeably as they will. . . They can address your question, and we're going to brief them on it.

The point I was trying to make is true worldwide, but it's true particularly in Canada. It is that as technology allows for the multiplication of channels, more and more there is a dilution of the money available to make programs. You have to compensate in terms of volume what you have in terms of quality.

I would take just one example, which is current. Let's take our own speciality service, Newsworld. It relies fairly heavily on what we call talking heads—less so now that its financial situation is better than at the beginning, but it relies on talking heads, not research documentaries that cost up to $300,000 or $400,000 an hour to produce, because of the research, the travel, the footage, and all of that.

You fill five hours of programming with you and Mrs. Augustine, and you argue and you dispute things. Claire Hoy debating Judy Rebick is cheap programming. It doesn't mean that it's not interesting or relevant, but in terms of production

[*Translation*]

Deuxièmement, moi aussi, j'aime la radio de la SRC. Il faut que vous sachiez qu'à mon avis, c'est une chaîne qui favorise l'acquisition de connaissances et cette partie de sa production est tout à l'honneur de la SRC. Je pense que bien des Canadiens partagent mon opinion.

La troisième observation—et peut–être voudriez–vous faire des commentaires à ce sujet, ainsi que sur ma première déclaration—est la suivante: vous avez dit que la fragmentation du marché entraîne la production d'émissions moins coûteuses et généralement de moins bonne qualité. Ces propos m'ont vraiment frappée car vous franchissez ainsi un grand pas étant donné que vos concurrents dans l'industrie de la radio–diffusion font face quotidiennement à cette même situation. Je dois dire que je ne pense pas, de façon générale, que l'on produise des émissions de moins bonne qualité à cause de la fragmentation du marché.

M. McEwen: En ce qui concerne vos observations d'ordre financier, j'espère que mardi, nous aurons l'occasion d'apporter de nombreux éclaircissements à ce propos. Steve Cotsman va fournir des explications sur les dépenses de la société, sur la manière dont sont préparés les budgets, sur l'évaluation des performances, et ainsi de suite. J'espère que nous pourrons avoir autour de la table les mêmes personnes qui sont présentes aujourd'hui et leur fournir les mêmes renseignements afin de répondre de façon satisfaisante à vos questions et à celles de vos collègues. Voilà pour le premier point.

En ce qui concerne le deuxième, voulez–vous que nous parlions un peu de la question de la fragmentation et du lien que l'on peut faire avec la qualité de la programmation?

M. Pineau: Ce que j'ai essayé de démontrer dans mon exposé. . . Et je suggère encore une fois que vous souleviez cette question avec Jim Byrd et Michèle Fortin, les deux vice–présidents des médias, lorsqu'ils comparaîtront la semaine prochaine, parce que, dans ce domaine, étant donné que c'est à la radio que j'ai accumulé mon expérience professionnelle, je n'ai pas les connaissances qu'ils peuvent avoir pour aborder la question avec autant d'éloquence. . . Ils pourront répondre à votre question et nous allons leur transmettre vos observations.

Le problème que j'ai voulu évoquer existe à travers le monde, mais il frappe particulièrement le Canada. Au fur et à mesure que les technologies permettent aux chaînes de se multiplier, l'argent disponible pour produire des émissions se dilue de plus en plus. Il faut remplacer la qualité par du volume.

Je citerai un seul exemple, un exemple d'actualité, celui de notre propre service d'émissions spécialisées Newsworld. Ce service compte relativement beaucoup sur ce que nous appellerons des entretiens en studio—moins maintenant que sa situation financière est meilleure qu'au début—mais il reste que l'on compte sur les entretiens en studio et non sur des documentaires qui coûtent de 300 000$ à 400 000$ de l'heure à cause des recherches, des voyages, des tournages, etc. que cela implique.

Alors, on fait appel à vous et à M^me^ Augustine pour remplir cinq heures de programmation pendant lesquelles vous débattez d'un sujet donné. Claire Hoy engagée dans une discussion avec Judy Rebick, voilà une émission peu coûteuse.

[*Texte*]

quality, in terms of production investment, for the industry it is called low–budget programming. That's the point I was making. The volume requested to fill all of those new channels commands that in spades in Canada, because we don't have the infrastructure and the money to produce those programs.

The Chairman: Let me make an offer to you that you may feel free to broadcast these... No, I don't think I can do that in Parliament—but we have Canadian content, drama, and colourful personalities, and they are all yours.

I'm not going to ask the last question. I'm going to let that be the prerogative of Bonnie Brown.

Ms Brown (Oakville—Milton): Thank you, Mr. Chairman. I really didn't want to use up your time—

The Chairman: My time is your time.

Ms Brown (Oakville—Milton): —but I wanted to make a comment since we might not meet these gentlemen again.

The first thing I'd like to do is compliment you on your presentation. I'm interested to look at your faces and hear your energy and vitality coming through, because, having watched the CBC and its struggles with Parliament and with everybody else over the last few years, I thought you'd come in as tired old men. You certainly did not.

Mr. Pineau: We are tired young men. Thank you for the "young men".

Ms Brown (Oakville—Milton): I want to say that I'm delighted that Mr. Manera isn't here, because what I've learned in other levels of government is that part of the art of governance is not wasting the time of your highly remunerated executives. I'm sure he understands all the material you gave to us and does not need to hear it again, and my ego does not need him to be present just because he's the president. I also think having you come first indicates the team style of management that is the vogue in the 1990s, and not the 1950s hierarchical style which some people still promote.

• 1755

Mr. Chairman, I'm delighted you reminded us of our mandate for the development of success criteria, because I think the analysis we've heard suggests that this corporation has always operated with a variety of criteria and not just the most simplistic one, which of course is the marketplace, and the only evaluation measure being used is dollars flowing in and dollars flowing out.

[*Traduction*]

Cela ne veut pas dire que ces émissions ne sont pas intéressantes ni pertinentes, mais pour ce qui est de la qualité de la production, pour ce qui est de l'argent investi dans la production, c'est ce que l'industrie appelle de la programmation à petit budget. C'est à cela que je voulais en venir. C'est le genre de programmation qu'il va falloir fournir au Canada afin d'atteindre le volume requis si l'on veut pouvoir alimenter toutes ces nouvelles chaînes, étant donné que nous n'avons ni l'infrastructure ni l'argent pour produire d'autres émissions.

Le président: Je vais vous faire une offre: vous êtes libre de diffuser ces... Non, je ne pense pas que je puisse faire cela au Parlement—même si nous présentons tous les avantages, contenu canadien, sujets propres aux dramatiques et personnages hauts en couleurs. Tout cela est à vous.

Je ne vais pas poser la dernière question. Je vais laisser ce privilège à Bonnie Brown.

Mme Brown (Oakville—Milton): Merci, monsieur le président. Je ne voulais pas utiliser le temps qui vous est imparti...

Le président: Mon temps est le vôtre.

Mme Brown (Oakville—Milton): ...mais je voulais faire une observation étant donné que nous n'aurons peut–être pas l'occasion de revoir ces messieurs.

Tout d'abord, je voudrais vous féliciter pour l'exposé que vous nous avez présenté. Je suis heureuse de vous voir en chair et en os et de constater combien vous avez d'énergie et de vitalité car, après les combats que la SRC a dû mener avec le Parlement et pratiquement avec tout le monde au cours des années passées, je pensais que j'aurais en face de moi deux vieux hommes épuisés. Ce n'est certainement pas le cas.

M. Pineau: Nous sommes de jeunes hommes épuisés. Ne dites surtout pas que nous sommes vieux.

Mme Brown (Oakville—Milton): Je dois dire que je suis particulièrement satisfaite de constater que M. Manera ne vous accompagne pas, car j'ai appris ailleurs au gouvernement que l'art de gouverner, c'est en partie de ne pas gaspiller le temps des dirigeants les plus largement rémunérés. Je suis sûre qu'il est parfaitement au fait de toutes les informations que vous nous avez transmises et qu'il peut se passer de les entendre une fois de plus; par ailleurs, je ne suis pas assez imbue de ma personne pour exiger qu'il soit présent simplement parce que c'est le président. Je pense également que le fait que vous ayez comparu en premier indique que vous avez adopté le style de gestion des années 90 et non le style hiérarchique des années 50 auquel s'accrochent encore certaines personnes.

Monsieur le président, je suis très heureuse que vous nous ayez rappelé que notre mandat comporte le développement de critères permettant de mesurer la réussite. En effet, à mon avis, l'analyse que nous venons d'entendre nous pousse à conclure que cette société a toujours fonctionné en se fondant sur divers critères et pas uniquement sur le plus simpliste, c'est–à–dire, naturellement, les forces du marché, et que le seul système d'évaluation qui est utilisé est l'aune des rentrées et des sorties d'argent.

[*Text*]

If we did fall into that trap, which is, I think, the direction in which you have been pushed for the last number of years, we would see a reduction in the quality of your programming in all four ways that you deliver programs, French and English, radio and TV, and Canadians would have no choice except the lowest common denominator of programming, which seems to come out of those networks that are surely market–driven. I thank you for your resilience, and I want you to know that you do have friends on Parliament Hill.

Mr. McEwen: Thank you very much for your comments.

The Chairman: On that elegant note—I couldn't possibly top it—I just add the thanks of us all, and we look forward to seeing you in your various reconfigurations soon.

Mr. McEwen: Next week.

The Chairman: Thanks very much.

Mme Tremblay: Est–il possible de prévoir une séance du Comité directeur pour la semaine prochaine?

Le président: Oui, cela pourrait s'arranger. Il faut organiser les horaires. C'est un détail. On va faire une consultation.

Mme Tremblay: Parfait.

Le président: La séance est levée.

[*Translation*]

Si nous tombions dans ce piège—et d'ailleurs, à mon avis, c'est la direction dans laquelle vous avez été poussés au cours de ces dernières années—cela aboutirait à faire baisser la qualité de la programmation que vous fournissez de quatre façons différentes, à la radio et à la télévision, en français et en anglais, et les Canadiens seraient obligés de se contenter de la programmation réduite au plus petit commun dénominateur qui semble être celle qui est diffusée par les chaînes obéissant aux forces du marché. Je tiens à vous remercier de ne pas vous être laissé abattre et à vous dire que vous avez des amis sur la Colline parlementaire.

M. McEwen: Merci beaucoup.

Le président: Sur ces aimables propos auxquels je ne pourrai rien ajouter, je vous remercie tous et j'espère que nous aurons l'occasion de vous revoir bientôt à d'autres titres.

M. McEwen: À la semaine prochaine.

Le président: Merci beaucoup.

Mrs. Tremblay: Is it possible to plan for a meeting of the Steering Committee next week?

The Chairman: Yes, this could be arranged. We need to organize the schedule. It's a detail. You will be consulted.

Mrs. Tremblay: Very good.

The Chairman: The meeting is adjourned.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid / Port payé
Lettermail / Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the Canadian Broadcasting Corporation:

Michael McEwen, Senior Vice–President, Media;
Alain Pineau, Vice–President, Planning and Regulatory Affairs;
Barry Kiefl, Corporate Director, Research.

TÉMOINS

De la Société Radio–Canada:

Michael McEwen, premier vice–président, médias;
Alain Pineau, vice–président à la planification et à la réglementation;
Barry Kiefl, directeur national, Services de la recherche.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

CAI
XC 11
-C 15

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 27

Tuesday, September 27, 1994

Chairperson: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 27

Le mardi 27 septembre 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Briefing Session on the Canadian Broadcasting Corporation —Finance

CONCERNANT:

Séance d'information concernant la Société Radio–Canada —Finances

---

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

UNIVERSITY OF TORONTO

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chairperson: John Godfrey

Vice–Chairs: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown
Jan Brown
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Associate Members

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidentes: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown
Jan Brown
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Membres associés

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

TUESDAY, SEPTEMBER 27, 1994
(33)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 4:26 o'clock p.m. this day, in Room 209, West Block, the Chair, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Eleni Bakopanos, Bonnie Brown, Jan Brown, Roger Gallaway, John Godfrey, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Acting Member present: Christiane Gagnon for Louis Plamondon.

Associate Member present: Simon de Jong.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: From the Canadian Broadcasting Corporation: Stephen Cotsman, Vice–President, Finance and Administration; Alain Pineau, Vice–President, Planning and Regulatory Affairs; Michael McEwen, Senior Vice–President, Media; Don Grant, Director of Accounting Operations.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee received a briefing from the Canadian Broadcasting Corporation (*See Minutes of Proceedings and Evidence of Thursday, September 22, Issue No. 26*).

Stephen Cotsman made a statement, and with the other witnesses, answered questions.

At 6:12 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE MARDI 27 SEPTEMBRE 1994
(33)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 16 h 26, dans la salle 209 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Eleni Bakopanos, Bonnie Brown, Jan Brown, Roger Gallaway, John Godfrey, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Membre suppléant présent: Christiane Gagnon remplace Louis Plamondon.

Membre associé présent: Simon de Jong.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: De la Société Radio–Canada: Stephen Cotsman, vice–président, Finances et administration; Alain Pineau, vice–président, Planification et réglementation; Michael McEwen, premier vice–président, Médias; Don Grant, directeur, Opérations comptables.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité reçoit des informations par les cadres de la Société Radio–Canada (*voir les Procès–verbaux et témoignages du jeudi 22 septembre 1994, fascicule nº 26*).

Stephen Cotsman fait un exposé puis, avec les autres témoins, répond aux questions.

À 18 h 12, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Tuesday, September 27, 1994

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mardi 27 septembre 1994

• 1625

The Chairman: All right. We are starting about one hour late. I apologize again, on the record, through the system, to those who have been inconvenienced by our having to vote.

We are today embarked on the second of our four initial sessions with the CBC. This is to establish a kind of information track for us to be operating from. The purpose of this session is to talk about the finances of the CBC: how they're structured, how the money is spent. As we've said before, it's very important that we know how the money is spent and we ask questions about it before we're asked to find new money.

So it's in that spirit that we begin. I think I'll ask Mr. McEwen to reintroduce Mr. Pineau, whom we know, and introduce for the first time Mr. Cotsman.

Mr. Michael McEwen (Senior Vice–President, Media, Canadian Broadcasting Corporation): Thank you very much, Mr. Chairman. Thank you for your comments. It's always a privilege to stand to for democracy in action.

The Chairman: Yes.

Mr. McEwen: You'll all recall my colleague Alain Pineau, the vice–president of planning and regulatory affairs; and of course with me is Steve Cotsman, who is our chief financial officer and vice–president of finance and administration.

Mr. Chairman and members of the committee, before we begin I should just note we've provided you, through the clerk, with some fact sheets touching on a few issues raised by you last Thursday, along with some other information we felt might be useful to you. There are still one or two outstanding questions we will address in the course of this week, in our oral presentations or in the written form. Of course as you raise new topics, we will file accordingly.

Also in response to your request, we will be providing each day, in advance of our presentations, printed copies of our prepared texts, as well as any graphic materials we may be using. In the case of Mr. Cotsman's presentation today, he'll be speaking from notes, but I believe you all have copies of the slides he'll be using to illustrate his remarks.

Just so I can confirm our schedule for the rest of the week, Chairman, today, as you said, we are focusing on money, but tomorrow we'll start with a 10–or 15–minute presentation on our regional operations. We'll have Donna Logan and Pierre Racicot, the vice–presidents in charge of that, to do the scope of the operations. Then, later in the session, we have brought our heads of radio to discuss radio. Then on Thursday we have our heads of television, French and English, for the full session, if that's agreeable to you, sir.

Le président: Bon. Nous avons une heure de retard. Je présente à nouveau publiquement mes excuses à ceux pour qui la tenue de ce vote a causé un contretemps.

Nous entamons aujourd'hui la deuxième de nos quatre dernières séances avec Radio–Canada. Il s'agit de réunir de l'information à partir de laquelle nous mènerons notre étude. Le but de la présente séance est de parler des finances de la SRC: de la façon dont elles sont structurées, de la façon dont l'argent est dépensé. Comme nous l'avons déjà dit, il importe de savoir comment se font les dépenses et de poser des questions à ce sujet avant qu'on nous demande de trouver de nouveaux fonds.

C'est donc dans cet esprit que nous commençons. J'invite M. McEwen à présenter à nouveau M. Pineau, que nous connaissons déjà, et à présenter pour la première fois M. Cotsman.

M. Michael McEwen (vice–président principal, Médias, Société Radio–Canada): Merci beaucoup, monsieur le président. Merci pour votre présentation. C'est toujours un privilège que de voir la démocratie en action.

Le président: Oui.

M. McEwen: Vous vous souviendrez de mon collègue Alain Pineau, vice–président à la planification et à la réglementation; et je suis accompagné bien sûr par M. Steve Cotsman, qui est notre principal agent financier et le vice–président aux finances et à l'administration.

Monsieur le président, membres du comité, avant de commencer, j'aimerais signaler que nous vous avons remis, par l'intermédiaire du greffier, des documents sur des questions que vous avez soulevées jeudi dernier, de même que d'autres renseignements qui à notre avis pourraient vous être utiles. Il subsiste une ou deux questions que nous aborderons au cours de la semaine, dans nos exposés oraux ou dans un document. Il va sans dire qu'à mesure que vous soulèverez de nouveaux points, nous fournirons les renseignements en conséquence.

En réponse à votre demande, nous remettrons chaque jour, avant nos exposés, des exemplaires de nos textes, de même que tous documents graphiques que nous pourrons utiliser. En ce qui concerne l'exposé que présente aujourd'hui M. Cotsman, il se servira de notes, et je crois que vous avez des reproductions des acétates dont il se servira.

Pour confirmer notre emploi du temps pour le reste de la semaine, monsieur le président, aujourd'hui, comme vous avez dit, nous parlons d'argent, mais demain nous commencerons par un exposé de 10 à 15 minutes sur nos activités régionales. Ensuite, Donna Logan et Pierre Racicot, vice–président des activités régionales, donneront une vue d'ensemble de celles–ci. Puis nos directeurs de la radio viendront parler radio. Jeudi, si vous êtes d'accord, monsieur, nos directeurs de la télévision, du réseau français et du réseau anglais, assisteront à toute la séance.

[*Texte*]

The Chairman: Sounds good.

Mr. McEwen: In that case, may I ask Mr. Cotsman to begin.

Mr. Stephen Cotsman (Vice-President, Finance and Administration, Canadian Broadcasting Corporation): Thank you, Mr. Chairman. First let me introduce Mr. Don Grant, director of accounting operations, who will be assisting me with this presentation.

Today I'm going to make a presentation on how the CBC spends its money. I'll be providing a number of slides and giving some explanation on what's on them. Then I'll be pleased to answer any of your questions.

My presentation will be in the following order. First of all, I'd like to do a little introduction on how the CBC reports its financial results. Secondly, I will provide an overview of how our money is utilized. Then I will spend some time on the historical sources of funds. Fourthly, I will spend a few minutes to touch on the efficiencies that have been put in place in the CBC to deal with the many challenges we've faced in the last 10 years. Finally, I will conclude with some comparative numbers.

• 1630

At this point I would like to talk briefly about the guidelines regulating the preparation of financial statements contained in our annual report. The preparation is regulated by the generally accepted accounting principles, which differ a bit from government accounting. It is important to understand the difference, since while we must report our expenditures on the annual report method, the government reporting method is used to determine our funding and in fact it represents our accountability to government and Parliament. So while this first part might seem a bit dry, I would like to take a couple of minutes to explain the difference.

The first, the annual report method, is the preparation of the corporation's financial statements in accordance with standards established for all corporations operating in Canada. These standards are set by the Canadian Institute of Chartered Accountants, CICA, and are referred to as "generally accepted accounting principles", or GAAP for short. I must point out that the Broadcasting Act requires that the CBC follow the CICA guidelines.

The second method, the government reporting method, more closely resembles a cash reporting method. The difference between the two lies in the treatment of certain expenses that do not require "current operating funds".

One example of this is the depreciation on assets. Under GAAP, a company is required to depreciate the costs of a capital asset over the asset's useful life and charge that depreciated portion against its current operations. But because we receive a separate appropriation from which we must purchase our capital assets, depreciation is not an applicable charge against current operations and therefore our operating appropriation.

[*Traduction*]

Le président: C'est bien.

M. McEwen: Alors, je cède la parole à M. Cotsman.

M. Stephen Cotsman (vice-président, Finances et administration, Société Radio-Canada): Merci, monsieur le président. J'aimerais d'abord vous présenter M. Don Grant, directeur de la comptabilité, qui m'appuiera au cours de cet exposé.

Aujourd'hui, mon exposé porte sur la SRC et ses dépenses. Il se divise en plusieurs étapes et je me propose de vous donner sur chacune les explications voulues. Je me ferai ensuite un plaisir de répondre à vos questions.

Mon exposé sera structuré de la façon suivante: premièrement, en introduction, j'expliquerai la façon dont la SRC fait rapport de ses résultats financiers. Deuxièmement, je vous donnerai un aperçu de la façon dont nos crédits sont utilisés. Troisièmement, je ferai un bref historique des sources de financement; quatrièmement, je consacrerai quelques minutes aux mesures d'efficacité qui ont été mises en place à la SRC afin de relever les nombreux défis auxquels nous avons fait face au cours des 10 dernières années; pour terminer, je citerai quelques chiffres qui permettent de faire des comparaisons.

Pour l'instant, j'aimerais parler brièvement des principes directeurs à la base de la présentation des états financiers qui figurent dans notre rapport annuel. Leur préparation s'appuie sur les principes comptables généralement reconnus, qui ne doivent pas être confondus avec ceux de la comptabilité publique. Il est important de saisir la différence, car nous devons présenter nos dépenses selon la méthode du rapport annuel de gestion, mais c'est la méthode de comptabilité gouvernementale qui est utilisée pour calculer notre financement et, de fait, c'est sur cette base que nous devons rendre des comptes au gouvernement et au Parlement. Comme tout cela peut paraître quelque peu aride, j'aimerais prendre quelques instants pour expliquer la différence.

Premièrement: la méthode du rapport annuel de gestion est la procédure utilisée pour la préparation des états financiers de la société selon les normes fixées pour toutes les sociétés en exploitation au Canada. Ces normes sont établies par l'Institut canadien des comptables agréés, ICCA, et constituent ce qu'on appelle les principes comptables généralement reconnus, ou PCGR. Je ferais remarquer que la Loi sur la radiodiffusion exige que la SCR se conforme aux directives de l'ICCA.

Deuxièmement, la méthode comptable du gouvernement s'apparente davantage à une méthode de comptabilité de caisse. La différence entre les deux vient du traitement de certaines dépenses qui ne nécessitent pas de «fonds d'exploitation courants».

L'amortissement des biens illustre cette différence. En vertu des PCGR, une entreprise est tenue d'amortir les coûts d'une immobilisation sur sa durée de vie utile et d'affecter cette part de dépréciation aux fonds d'exploitation courants. Toutefois, comme nous recevons des crédits parlementaires distincts pour acquérir nos immobilisations, les amortissements ne constituent pas une charge imputable aux fonds d'exploitation courants et par conséquent, à nos crédits d'exploitation.

[*Text*]

So much for the dry stuff.

About the actual published annual report, I hope you have noted the content has been substantially expanded to provide greater accountability to its readers and to shareholders, with more information than it ever has before.

I also would like to point out that the CBC has many activities of a commercial nature. These include activities where we are in competition with, or where we have contractual arrangements with, the private sector. Therefore, while I will attempt to be as open and as frank as possible in my presentation and in my responses to your questions, I must request your understanding if I am unable to respond specifically to any of your questions which could compromise that commercial activity.

One anecdote about being in commercial activity is that the CBC is also subject to the provisions of the Income Tax Act. You might find it interesting to know our parliamentary operating appropriation is also considered income for tax purposes. Because of the reducing deductibility of some expenses, the CBC may soon be in a position of having to pay income taxes, in addition to the approximately $85 million in provincial and federal taxes it now pays, and in addition to the $2.7 million it currently pays in large–corporation taxes.

Let's move on to the utilization of our funds.

Some of the information I'm going to present to you today was already included in your briefing books or is included in our annual report. In this slide we have summarized some of the more detailed information that was provided to you earlier. This slide breaks down our expenditures for 1993–94, as per our annual report presentation.

In the case of television, our programming activities, which include network, regional, English and French, cost a total of $872.1 million. The distribution activities, which refer to the distribution and transmission of our signals for television, cost $113.2 million. So we had a total cost of $985.3 million.

Our radio services, which again included network, regional, English and French programming activities, cost $281 million, and our distribution activities cost $43.8 million, for a total of $324.8 million.

Our specialty services, which include Newsworld and the net cost of Radio Canada International, totalled $46.9 million, which is offset by their own revenue.

Our income and large–corporation taxes, as I mentioned earlier, cost $2.7 million.

In the other category, we had a cost of $121.7 million. This category is detailed in the annual report and includes the activities of corporate management and engineering services, selling and merchandising expenses, and the expense reduction program.

[*Translation*]

J'en ai terminé avec mes explications arides!

À propos du dernier rapport annuel qui a été publié, j'espère que vous avez remarqué que nous en avons substantiellement développé le contenu. Cela témoigne de notre souci de faire preuve d'une plus grande responsabilité à l'égard de ses lecteurs et de nos actionnaires en leur fournissant plus d'information que jamais auparavant.

J'aimerais également faire une remarque à propos des nombreuses activités à caractère commercial de la SRC. Il s'agit notamment d'activités où nous nous trouvons en concurrence avec le secteur privé ou qui nous amènent à passer des accords contractuels avec ce secteur. Par conséquent, même si je souhaite être aussi ouvert et aussi franc que possible au cours de mon exposé et dans mes réponses à vos questions, je vous demanderais de faire preuve de compréhension si je suis dans l'incapacité de vous répondre précisément à des questions qui risqueraient de compromettre cette activité commerciale.

Un aspect anecdotique de l'activité commerciale de la SRC fait qu'elle est assujettie aux dispositions de la Loi de l'impôt sur le revenu. Vous trouverez peut–être intéressant de savoir que nos crédits parlementaires d'exploitation sont aussi traités fiscalement comme un revenu et qu'à cause de la déductibilité de plus en plus réduite de certaines dépenses, la SRC pourrait bientôt se trouver dans l'obligation d'acquitter des impôts sur le revenu en plus des quelque 85 millions de dollars en impôts fédéraux et provinciaux qu'elle verse déjà, et en supplément des 2,7 millions de dollars qu'elle acquitte actuellement sous forme d'impôt des grandes sociétés.

Passons maintenant à l'utilisation de nos fonds.

Une partie des renseignements que je vais vous donner aujourd'hui se trouve déjà dans le cahier d'information qui vous a été fourni ou dans notre rapport annuel. Nous avons résumé, sur cet acétate, certains des renseignements plus détaillés qui vous ont été fournis précédemment. Il s'agit d'une ventilation de nos dépenses pour 1993–1994 telle qu'elle est présentée dans le rapport annuel.

Dans le cas de la télévision, les activités de programmation des réseaux et des services régionaux, en français et en anglais, coûtent au total 872,1 millions de dollars. Les activités de distribution, c'est–à–dire la distribution et la transmission de nos signaux de télévision, coûtent 113,2 millions de dollars, ce qui aboutit à un coût total de 985,3 millions de dollars.

Les activités de programmation de la radio, c'est–à–dire, là encore, les services fournis par les réseaux et les régions, en français et en anglais, coûtent 281 millions de dollars et la distribution se chiffre à 43,8 millions de dollars pour un coût total de 324,8 millions de dollars.

Nos services spécialisés, qui comprennent Newsworld et le coût net de Radio–Canada International, coûtent au total 46,9 millions de dollars, une somme qui est compensée par leurs propres revenus.

L'impôt sur le revenu et l'impôt des grandes sociétés que nous versons s'élèvent, comme je l'ai rappelé précédemment, à 2,7 millions de dollars.

Dans la catégorie «autres» figure un coût de 121,7 millions de dollars. Cette catégorie qui est ventilée dans le rapport annuel inclut les activités des services nationaux de l'administration et de l'ingénierie, les dépenses associées à la commercialisation et à la vente, et le programme de réduction des dépenses.

[*Texte*]

Overall, then, if we add up all the numbers, our total reported expenditures for the year 1993–94 were $1,481.4 million.

What I would like to do now is to hang on to that last number and bring you forward to the next slide. That number of $1,481.4 million can be split in a number of different ways to identify our expenditures. In the first column we simply break out the specialty services, taxes, and other, which represent 11.6%, or $171.3 million. We separate that from the rest of our television and radio service, which represents $1,310.1 million, or 88.4%.

[*Traduction*]

Donc, quand on additionne tous les montants, le total des dépenses comptabilisées en 1993–1994 était de 1 481,4 millions de dollars.

J'aimerais maintenant m'attarder sur ce montant en m'appuyant sur les données présentées sur l'acétate suivant. Ce montant de 1 481,4 millions de dollars peut être fractionné de différentes manières pour inventorier nos dépenses. Dans la première colonne, se trouvent les coûts imputables aux services spécialisés, aux impôts et autres qui représentent 11,6 p. 100 ou 171,3 millions de dollars, montants que nous séparons des coûts des services de télévision et de radio, qui se chiffrent à 1 310,1 millions de dollars ou 88,4 p. 100.

• 1635

If we take that radio and television service, we can then break it down into a number of categories. First of all, we can break it between radio and television. As you can see, radio represents 24.8%, with television making up the balance of 75.2%. If you go back over 10 years—this material is provided in your briefing book—you will see that there has been a modest increase in the radio proportion of 1.5% to arrive at the current 24.8%.

Moving to the third column, we can segregate out the distribution costs, which represent 12%, or $157 million. Again, if we go back over a 10–year period, we will see that the proportion of the television and radio costs devoted to distribution has declined from 15% to the current 12%.

We can further take the programming amount, which is the $1,153.1 million, and break it into programming categories, namely, network, regional contributions to network, and regional programming. Here I should supply some definitions so that you can understand those differences.

Network programs include those programs that are targeted at a national audience and are funded from network budgets. The location of the productions may vary. In other words, they may be in Toronto or Montreal, or they may be in a region. Some examples would include *Street Legal*, a television program that was produced in Toronto; *North of 60*, another television program that is being produced in Alberta; *Country centre ville*, a television program being produced in Moncton; *La Semaine* verte, a television program being produced in Quebec City; *Gabereau*, a radio program being produced in Vancouver, *D'un soleil à l'autre*, a radio program being produced in Quebec City.

Regional contributions to the network are programs that are produced in a region with regional resources, or a combination of regional and network resources, but that are also targeted at national audiences. For example, segments for the television program *Country Canada* and the radio concert series *Mostly Music* are produced in all parts of the country and are brought together for network distribution.

Les dépenses de ces services de radio et de télévision peuvent ensuite être divisées en plusieurs catégories. On peut d'abord séparer la radio et la télévision. Comme vous pouvez le constater, les dépenses de la radio représentent 24,8 p. 100 du total imputé à la radio et à la télévision; la différence, qui est de 75,2 p. 100, correspond aux coûts de la télévision. Si vous remontez 10 ans en arrière—et ces renseignements se trouvent dans votre cahier d'information—vous constaterez que la part de la radio a légèrement augmenté 1,5 p. 100 pour atteindre les 24,8 p. 100 actuels.

L'examen de la troisième colonne montre que si l'on sépare les coûts de distribution, cela représente 12 p. 100 ou 157 millions de dollars. Si l'on remonte encore 10 ans en arrière, on constate que la proportion des dépenses de la télévision et de la radio consacrées à la distribution est passée de 15 p. 100 à 12 p. 100.

On peut en outre ventiler le montant correspondant à la programmation, qui s'élève à 1 153,1 millions de dollars, en diverses catégories, à savoir réseau, contributions régionales au réseau, et programmation régionale. Il me paraît utile de vous fournir ici quelques définitions de manière à ce que vous compreniez bien les différences.

La programmation réseau comprend les émissions qui visent un auditoire national et qui sont financées par les budgets des réseaux. Le lieu de production peut varier. Autrement dit, les émissions peuvent être produites à Toronto ou Montréal, ou même dans une région. On peut citer à titre d'exemple: *Street Legal*, une émission de télévision qui était réalisée à Toronto; *North of 60*, une émission de télévision qui est réalisée en Alberta; *Country centreville*, une émission de télévision qui est réalisée à Moncton; *La Semaine verte*, une émission de télévision qui est réalisée dans la ville de Québec; *Gabereau*, une émission de radio qui est réalisée à Vancouver; *D'un Soleil à l'autre*, une émission de radio qui est réalisée dans la ville de Québec.

Les contributions régionales au réseau sont des programmes réalisés dans une région et qui sont financés par la région ou conjointement, par le réseau et la région en question, mais qui ont aussi pour cible des auditoires nationaux. Par exemple, certains segments de l'émission de télévision *Country Canada* et de la série de concerts radiophoniques *Mostly Music* sont réalisés dans telle ou telle région du pays et rassemblés pour diffusion sur le réseau.

[*Text*]

Finally, regional programs, which represent 21.6% of our program expenses, represent programs produced in a region under the direction and control of that region. These programs are targeted at the regional audience and are funded from regional budgets. I guess the best examples are the regional supper hour shows on television and the morning shows on radio.

Moving to the last column, we can take our programming expenses and divide them into French and English language programming. As you can see, French language programming represented 36.8% of the expenditures whereas the English represented 63.2%. Again, if we go back over 10 years we find there has been little variation over that period. In fact, there has been no more than 0.9% difference during that time period.

I would like to come back and use that programming expense in the middle column, where we show radio of $281 million and television of $872.1 million, for a total of $1,153.1 million, and I would like to give a little further breakdown by program category of those amounts.

Dealing first with the $281 million for radio, I might point out that we have not provided this information in a public forum before, but we recognize that many people are asking what our costs are by program category. I will say just a word from an accounting perspective, if I may, as to costs incorporated into this pie.

The program costs that are included here are made up of three elements; first, direct costs, such as rights, talents, etc., which reconcile to the audited financial statements of the corporation; second, production costs, which represent the activities associated with technical human resources and facilities. These have been allocated to program categories and are comprised of a combination of actual and our estimated utilization of human and plant resources. Finally, there are other costs, such as operational support, which include occupancy costs, human resources, finance and administration support, etc., which have been allocated on a reasonable basis to specific program categories.

As you can see by looking at this pie, the current affairs category is the largest and consumes 43% of the programming costs in radio, followed by music, variety and light entertainment at 20.4%. In later presentations this week, the vice–presidents of English and French radio will provide you with more detail on their operations.

The Chairman: I'm sorry to bother you, Mr. Cotsman, but could you slow down a little bit? The interpreters are going crazy.

Mr. Cotsman: I would be pleased.

[*Translation*]

Enfin, les émissions régionales, qui représentent 21,6 p. 100 des dépenses de programmation, sont des émissions réalisées dans une région sous la direction et l'autorité de cette région. Ces émissions visent un auditoire régional et sont financées par les budgets régionaux. Les émissions d'information de début de soirée à la télévision et celles qui sont diffusées en matinée à la radio constituent les meilleurs exemples.

Si l'on se reporte à la dernière colonne, on constate qu'il est possible de ventiler les dépenses de programmation et de distinguer les émissions de langue française et de langue anglaise. Comme vous le voyez, la programmation de langue française représente 36,8 p. 100 des dépenses, alors que la programmation anglaise représente 63,2 p. 100. Si, une fois encore, nous nous reportons 10 ans en arrière, on verra que ces pourcentages ont très peu varié. De fait, cette variation n'a pas dépassé 0,9 p. 100.

Je voudrais maintenant revenir aux dépenses de programmation figurant dans la colonne du milieu, où l'on indique 281 millions de dollars pour la radio et 872,1 millions de dollars pour la télévision, pour un total de 1 153,1 millions de dollars. J'aimerais vous montrer une ventilation plus précise de ces montants par catégorie d'émissions.

À propos des 281 millions de dollars pour la radio, j'aimerais faire remarquer que nous n'avons jamais auparavant divulgué cette information au public, mais nous reconnaissons qu'un grand nombre de gens souhaitent savoir quels sont les coûts rattachés à chaque catégorie d'émissions. Quelques mots du point de vue comptable à propos des coûts apparaissant sur ce graphique.

Les coûts d'émissions que l'on a inclus sont composés de trois éléments. Premièrement, les coûts directs tels que droits, cachets d'artistes, etc. que l'on peut faire concorder avec les états financiers vérifiés de la société. Deuxièmement, les coûts de production qui correspondent aux activités reliées au domaine technique, aux ressources humaines et aux installations. Ils ont été imputés aux diverses catégories d'émissions et correspondent à l'utilisation combinée, réelle ou estimée, des ressources humaines et des installations. Enfin, d'autres coûts tels que le soutien de l'exploitation qui inclut les coûts d'occupation, les ressources humaines, le soutien financier et administratif, etc. ont été imputés de façon raisonnable aux diverses catégories d'émissions.

Comme vous pouvez le constater en regardant ce graphique, la catégorie affaires publiques est la plus importante et représente 43 p. 100 des dépenses de programmation de la radio; elle est suivie, avec 20,4 p. 100, par la musique, les variétés et les émissions de divertissement. Lors d'exposés subséquents cette semaine, les vice–présidents de la radio anglaise et de la radio française vous donneront plus de détails sur leurs secteurs d'exploitation.

Le président: Je suis désolé de vous interrompre, monsieur Cotsman, mais pourriez–vous ralentir un peu; les interprètes sont débordés.

M. Cotsman: Avec plaisir.

[*Texte*] [*Traduction*]

• 1640

Mr. de Jong (Regina—Qu'Appelle): Mr. Chairman, if I may, how long will the presentation take?

The Chairman: It will take 30 minutes. Maybe now it will be 33, because he is slowing down.

Mr. Cotsman: It will be 20 minutes from now.

Moving to television, which has a total cost of $872.1 million, we can see that the largest category is news analysis and interpretation, which represents 44.5%, followed by drama at 19.2% and sports at 12.1%. Again, in later presentations this week, the vice–presidents of English and French television will provide you more detail of their operations.

With your permission, Mr. Chairman, I would like to take a moment to address sports. I'm sure you're aware of the recent allegations that CBC television is losing money, in fact millions of dollars, on sports. While whether or not we make money on professional sports is not the determining factor in whether we carry it, I will address the dollars and cents issue.

In order to dispel these allegations or myths we have conducted an in–depth review to confirm the full cost of the television sports activities. The final results and conclusions of this study have been reviewed by the internal auditor, who has agreed with the methodology used in the review. As chief financial officer for the corporation, I can assure you with confidence that professional sports does provide a positive contribution to overhead and in fact provides an overall profit after full costing is applied.

We are currently completing our report on the subject and we will be happy to provide members of this committee with the results of this review when available, within the next two to three weeks.

The Chairman: Is this covering professional and amateur sports or just professional sports?

Mr. Cotsman: My statement was that professional sports are profitable, which is consistent with our past statements.

The Chairman: I was just checking.

Mr. Cotsman: I would now like to move on to the government reporting method, but before doing so I would like to use this slide as a transition from the annual report method and highlight the difference between the two.

In the first column we've summarized again the results according to our annual report. The second column represents items not requiring current operating funds, which includes amortization and depreciation of about $128 million and deferred pension contributions of about $38 million, and a number of other pluses and minuses, all of which are detailed in our annual report.

M. de Jong (Regina—Qu'Appelle): Monsieur le président, si vous le permettez, combien de temps durera l'exposé?

Le président: Il durera 30 minutes. Peut–être 33 minutes maintenant, parce que le témoin va ralentir son débit.

M. Cotsman: J'en ai encore pour 20 minutes.

À la télévision, où le coût total est de 872,1 millions de dollars, on constate que la catégorie la plus importante est celle des émissions de nouvelles, d'analyses et d'interprétations qui représentent 44,5 p. 100, suivies par les émissions dramatiques à 19,2 p. 100 et les émissions sportives à 12,1 p. 100. Ici encore, les vice–présidents des services de la télévision de langue anglaise et de langue française vous fourniront, au cours de présentations subséquentes cette semaine, de plus amples détails sur leur secteur d'exploitation.

Si vous le permettez, monsieur le président, j'aimerais consacrer un moment aux sports. Je suis sûr que vous êtes au courant des récentes allégations voulant que les sports fassent perdre de l'argent à la télévision de la SRC, 10 millions de dollars, dit–on. Même si la décision de couvrir ou non les sports professionnels ne repose pas principalement sur le fait que cela nous fait gagner ou perdre de l'argent, je me contenterai d'examiner l'aspect financier de la question.

Afin de mettre un terme à ces allégations ou à ces mythes, nous avons réalisé une étude approfondie du coût total des activités de la télévision dans le domaine des sports. Les résultats et les conclusions définitives de cette étude ont été examinés par le vérificateur interne qui a approuvé la méthodologie utilisée. En tant que chef des services financiers de la société, je peux vous assurer sans réserve que dans le cas des sports professionnels, il y a une contribution positive aux frais généraux et même, globalement, un bénéfice une fois que tous les coûts sont comptabilisés.

Nous terminons actuellement notre rapport sur la question et nous nous ferons un plaisir d'en communiquer les résultats aux membres du comité lorsqu'ils seront disponibles, d'ici deux ou trois semaines.

Le président: Cette étude porte–t–elle sur le sport professionnel et le sport amateur ou seulement sur le sport professionnel?

M. Cotsman: Je disais que le sport professionnel est rentable, ce qui est conforme à nos déclarations antérieures.

Le président: Je voulais seulement vérifier.

M. Cotsman: Je vais maintenant passer à la méthode de comptabilité gouvernementale. Toutefois, j'aimerais auparavant me servir de cet acétate pour faire la transition et souligner la différence avec la méthode du rapport annuel de gestion.

Dans la première colonne, nous résumons à nouveau les résultats correspondant à notre rapport annuel. La deuxième colonne représente les postes ne nécessitant pas de fonds d'exploitation courants, entre autres, des amortissements et dépréciations d'environ 128 millions de dollars et des cotisations reportées au régime de retraite d'environ 38 millions de dollars, ainsi que plusieurs autres postes positifs et négatifs, dont on trouve le détail dans notre rapport annuel

[*Text*]

The bottom–line total of the items not requiring current operating funds is $156.8 million or 10.6% of the annual report expenditures. The last column simply reduces the annual report amount by the second column, to arrive at expenses on a government reporting basis.

I would like to take that bottom number, the $1,324.6 million, and bring it forward.

On this slide we were able to reflect a bottom line, the bottom line accountability as far as the CBC is concerned for its funding from the government and from Parliament. Starting with that expense of $1,324.6 million, we have a number of sources of funds to cover these costs. In 1993–94 we had advertising revenues of $299.3 million, miscellaneous revenues of $73.4 million, and the parliamentary appropriation of $954.7 million, for total sources of $1,327.4 million.

Making a simple calculation, subtracting one from the other, we therefore arrive at a surplus for 1993–94 of $2.8 million. We also had a surplus carry forward from previous years of $19.2 million. So our very bottom–line result is a surplus to be carried forward of $22 million. This amount was planned for and will be used to offset some of our problem areas in this fiscal year. It is also within the 3% of the appropriation the CBC is permitted to carry forward.

Over the last 10 years we have not had a bottom line that has varied more than plus or minus 2.7% of the appropriation. I have to tell you this is a very difficult financial discipline for the corporation, but it's one that, by law, we must maintain. I don't think there are very many companies with $1.3 billion of revenues that can claim the same results, that is, arriving at a year–end plus or minus 3% of their operation. These results reflect sound fiscal management.

Again, I would like to take that $1,324.6 million and use it to dispel another myth, the myth that $1 billion of taxpayers' dollars are spent on English television or all television.

• 1645

In the first column of this slide we have again detailed the expenditures that total to the $1,324.6 million. We have broken it out in a little more detail than in the previous slides in that we have split out the English and French under television, and under radio we have also split out the selling and merchandising expenses under the other category.

Although I must say that we don't manage this way in that revenues are not necessarily allocated to the services that earn them, here we have performed a mathematical exercise, lining up the revenues to the service that generated it. For example, for English television, which had an expense of $477.9 million, we have then applied as a revenue $207.6 million to come out with a net cost of $270.3 million.

[*Translation*]

Le grand total des postes ne nécessitant pas de fonds d'exploitation courants est de 156,8 millions de dollars ou 10,6 p. 100 des dépenses du rapport annuel. La dernière colonne soustrait simplement la deuxième colonne du montant du rapport annuel, et donne le chiffre des dépenses sur la base du système comptable du gouvernement.

J'aimerais m'attarder sur ce dernier montant de 1 324,6 millions de dollars et vous fournir quelques explications.

Sur cet acétate nous pouvons donc indiquer un résultat net, et c'est ce résultat qui permettra de juger si la SRC s'est acquittée de ses responsabilités financières vis–à–vis le gouvernement et le Parlement. Prenons d'abord ces 1 324,6 millions de dollars; on constate qu'il existe plusieurs sources de financement pour couvrir ces coûts. En 1993–1994, nous avons encaissé 299,3 millions de dollars en recettes publicitaires, 73,4 millions de dollars en revenus divers et 954,7 millions de dollars en crédits parlementaires, soit un total de 1 327,4 millions de dollars de revenus.

Par simple calcul, en soustrayant l'un de l'autre, on arrive à un excédent de 2,8 millions de dollars pour 1993–1994. Un excédent de 19,2 millions de dollars avait également été reporté d'exercices précédents, ce qui fait que le résultat net final est un excédent de 22 millions de dollars qui sera lui–même reporté. Cette somme avait été prise en compte dans nos plans et elle servira à palier aux difficultés financières que certains secteurs connaîtront au cours de cet exercice.

Au cours des 10 dernières années, jamais nos résultats nets n'ont varié de plus de 2,7 p. 100, en plus ou moins, par rapport à nos crédits. Je peux vous dire qu'il s'agit d'un exercice financier très difficile à réussir mais que la société est tenue légalement d'y parvenir. Je ne pense pas qu'il y ait beaucoup d'entreprises dont les revenus s'élèvent à 1,3 milliard de dollars qui pourront présenter des résultats semblables, c'est–à–dire aboutir, à la fin de l'exercice, à un résultat correspondant à plus ou moins 3 p. 100 de leurs budgets d'exploitation. De tels résultats sont le reflet d'une saine gestion financière.

Je voudrais à nouveau revenir sur ce montant de 1 324,6 millions de dollars et m'en servir pour dissiper un autre mythe, le mythe voulant que les contribuables dépensent 1 milliard de dollars pour financer la télévision anglaise ou tous nos services de télévision.

Cet acétate présente, dans la première colonne, les dépenses qui s'élèvent à 1 324,6 millions de dollars. Nous avons procédé à une ventilation un peu plus détaillée que dans les états précédents, en précisant des dépenses pour la télévision anglaise et française ainsi que pour la radio anglaise et française, et pour cette dernière nous avons également indiqué des dépenses de vente et commercialisation qui figurent dans l'autre catégorie.

Je dois toutefois préciser que ce n'est pas ainsi que les choses fonctionnent, en ce sens que les recettes ne sont pas nécessairement allouées aux services dont elles sont le produit, mais c'est ainsi que nous avons procédé ici, en faisant un exercice de mathématique. C'est ainsi que la télévision anglaise, dont les dépenses s'élèvent à 477,9 millions de dollars, se voit appliquer des recettes de 207,6 millions de dollars, soit un coût net de 270,3 millions de dollars.

[*Texte*]

Now, what this shows is that opposed to the myth we sometimes read that $1 billion of the taxpayers' dollars are given to the CBC for English television, in fact English television is drawing from the appropriation about $270.3 million. Even if we add in all of television, English and French, and the distribution costs for that service, we still only arrive at $555.2 million. Finally, even if we add in selling and merchandising, because they are related to the television service, if you add the $37.4 million to the $555.2 million, we still arrive at only $592.6 million — again, far short of $1 billion.

Finally, I'd like to take that $1,324.6 million and add in our capital and show how we spend our money from a slightly different point of view, by the point of view of what it's spent on. What this pie chart basically demonstrates is this. First, it simply divides our expenditures between internal payments and external payments. As you can see, of all our money we spend 52% internally, basically on our staff for salaries, other employment expenses, and overtime. Forty–eight percent of all of our expenditures are in fact made externally, outside of the corporation, and we have broken it down here into some of the major categories.

What is interesting to note is that the kind of entities we spend our money on externally include a very broad range. For example, included within the "other" category is the outsourcing of our office supplies to a national supplier, who provides us with supplies on a just–in–time basis. It also includes outsourcing of the management of our leased vehicles. Within the distribution communication category are payments for our affiliates, which help carry our distribution signal. Within the technical and building category, we have many contracts with private suppliers for lease space, for building maintenance, security, janitorial services, etc.

Within the category of performers and rights are included large expenditures for procured programs and for the programs we make with independent producers. Finally, it includes payments we make to a myriad of organizations for news rights and for sports rights.

I would now like to turn to the source of funds, where our money comes from. Starting with 1994–95, the current fiscal year, our funding allotment is comprised of the following. First, our operating appropriation totals $948.6 million; our capital appropriation, $138.5 million; and our working capital appropriation, $4 million, for total government funding of $1,091,100,000. Second, we are forecasting our commercial revenues to be $325.8 million. And third, miscellaneous revenues are forecast to be $70 million. Within miscellaneous revenues, the major items include Newsworld cable subscription revenues, our own program sales, some land grants, along with other miscellaneous items. So our total available resources for 1994–95 are $1,486,900,000.

[*Traduction*]

Ceci démontre que, loin de la contrevérité d'après laquelle la SRC recevrait 1 milliard de deniers publics pour la télévision anglaise, cette dernière, en réalité, reçoit du budget environ 270,3 millions de dollars. Même si nous additionnons tout ce que coûte la télévision anglaise et française ainsi que les coûts de distribution, nous n'arrivons qu'à la somme de 555,2 millions de dollars. Si nous ajoutons la vente et la commercialisation, parce que celles–ci sont liées au service de télévision, si nous ajoutons donc 37,4 millions de dollars aux 555,2 millions de dollars, nous n'en sommes encore toujours qu'à 592,6 millions de dollars, là encore, bien en dessous du milliard dont il est toujours question.

Enfin je vais ajouter à ces 1 324,6 millions de dollars nos frais d'immobilisations pour vous montrer, sous une optique légèrement différente, où vont ces dépenses. Voilà ce que vous montre ce diagramme à secteurs: il divise, tout d'abord, nos dépenses en paiements externes et paiements internes. Vous constaterez que 52 p. 100 de nos dépenses sont des paiements internes, à savoir les salaires du personnel, les autres dépenses d'emploi et les heures supplémentaires; 48 p. 100 de nos dépenses sont des paiements externes, c'est–à–dire en dehors de la Société Radio–Canada et nous vous présentons ici les principales catégories.

Constatons tout d'abord que c'est un vaste éventail d'entités auxquelles vont nos paiements externes. Ainsi, dans la catégorie «autres» figure l'approvisionnement de nos fournitures de bureau par un fournisseur canadien qui assure les livraisons au fur et à mesure des besoins. Cela comprend également la gérance des véhicules que nous louons. Dans la catégorie Distribution, communications figurent les paiements pour les sociétés affiliées qui nous aident à transmettre notre signal de distribution. La catégorie Technique, édifices comprend un grand nombre de contrats avec des fournisseurs privés pour les baux de locaux, la maintenance des édifices, la sécurité, les services d'entretien, etc..

La catégorie Artistes, droits comprend de grosses dépenses en émissions que nous achetons ainsi que celles que nous réalisons avec des producteurs indépendants; elle comprend également les paiements versés à un grand nombre d'organisations pour les droits sur les nouvelles ou les sports.

J'aimerais maintenant me pencher sur la source de nos fonds, à savoir d'où provient l'argent. À partir de l'exercice financier en cours, à savoir 1994–1995, notre affectation de crédits comprend les articles suivants: tout d'abord, nos crédits d'exploitation s'élèvent à 948,6 millions de dollars, nos crédits d'immobilisations à 138,5 millions de dollars et nos crédits pour fonds de roulement à 4 millions de dollars, soit un total, pour les crédits du gouvernement, de 1 091 100 000$. Nos recettes commerciales devraient, d'après les prévisions, s'élever à 325,8 millions de dollars et nos revenus divers, à 70 millions de dollars. Ces recettes diverses comprennent, pour l'essentiel, celles provenant des abonnements au câble Newsworld, nos propres ventes d'émissions, certaines concessions de terres, ainsi que d'autres articles divers. Nos ressources totales pour 1994–1995 s'établissent donc à 1 486 900 000$.

[*Text*]

As you can see from the pie chart, the operating appropriation represents about 63.8% of our available funding. Our revenues, if we add together the miscellaneous and commercial, are 26.6%, and capital and working capital are the balance.

It is also interesting to look at this over a 10–year period. First, for total government funding, this chart shows what our funding has been for the last 10 years, starting with 1984–85, where we had a total of $914 million. In this current year, 1994–95, we have a total of $1.091 billion.

Over those years we have had three amounts that are considered one–time funding. Back in 1984–85 we had $9 million for the papal visit. In 1990–91 we were given $61 million. That was to aid us with the major restructuring and downsizing we did that year. In 1992–93 we were given $41 million on a one–time basis to assist us with our structural shortfall, but with the understanding that it would not be continuing into future fiscal years.

[*Translation*]

Comme vous le constaterez d'après le diagramme à secteurs, nos crédits d'exploitation représentent environ 63,8 p. 100 des crédits dont nous disposons. Nos recettes constituent 26,6 p. 100 si nous additionnons les recettes diverses et les recettes commerciales, le reste étant constitué des crédits d'immobilisations et du fonds de roulement.

Il est également intéressant de voir comment ces données ont évolué au cours d'une période de 10 ans. Tout d'abord, en ce qui concerne le total du financement gouvernemental, ce graphique suit son évolution sur les 10 dernières années, à partir de 1984–1985, où nous disposions de 914 millions de dollars, jusqu'à l'exercice en cours où nos crédits se chiffrent à 1,091 milliards de dollars.

Au cours de cette période, nous avons reçu trois sommes qui sont considérées comme un financement ponctuel. En 1984–1985, nous avons obtenu 9 millions de dollars pour couvrir nos frais lors de la visite du pape. En 1990–1991, on nous a alloué 61 millions de dollars afin de nous aider à mener à bien la réorganisation et la compression des effectifs que nous avions entreprises cette année–là. En 1992–1993, nous avons reçu un financement ponctuel de 41 millions de dollars destiné à réduire notre découvert de trésorerie structurel, étant entendu que la société ne pourrait compter sur cette forme d'assistance pour les exercices suivants.

• 1650

This chart also shows how we have done in purchasing power. It shows that compared with the $914 million we had in 1984–85, when discounted, we have equivalent dollars of only $766 million in 1994–95. This means over that 10–year period we have lost purchasing power of the difference; that is, $914 million minus $766 million, which equals $148 million, or 16.2%.

In fact, that amount is somewhat understated, because we were given increases for certain items that could not be used to offset higher costs. A good example of this is the $35 million we were given between 1990 and 1992 to help with the Canadianization of the English television schedule and generally to help with improving the quality of French television programming. While the $35 million was indeed very welcome, it could not be used to offset the price increases in those years.

Similarly, we have been facing some increases much beyond the consumer price index. A good example of that would be rights, where we are paying much higher rates for similar hours of programs.

In our self–generated revenues, again on a ten–year basis, we can see that for the first five years we had a much happier picture, at least from the point of view of the vice–president of finance, me. Where we started with $198 million in 1984–85, by 1989–90 we had grown to $353 million. However, from 1989–90 through to the current year the growth has been much slower. This year we are forecasting $396 million.

Ce graphique donne aussi une idée de l'évolution de notre pouvoir d'achat. Par rapport aux 914 millions dont nous disposions en 1984–1985, la somme qui nous est allouée en 1994–1995 n'équivaut qu'à 766 millions en dollars constants. Cela signifie qu'en 10 ans notre pouvoir d'achat a baissé de 914 millions moins 766 millions, c'est–à–dire de 148 millions de dollars ou encore de 16,2 p. 100.

De fait, ces chiffres sont assez modérés, car les fonds additionnels qui nous ont été alloués pour couvrir l'augmentation de certaines dépenses n'ont pu parer à la flambée des prix. À titre d'exemple, citons les 35 millions de dollars qui nous ont été alloués entre 1990 et 1992 pour nous aider à canadianiser la grille–horaire de la télévision anglaise et à améliorer, de façon générale, la qualité de la programmation diffusée par la télévision française. Si utile qu'ait été cette somme de 35 millions de dollars, elle n'a pu compenser l'augmentation des prix sur cette période.

Parallèlement, nous avons dû faire face à des augmentations dépassant largement l'indice des prix à la consommation, par exemple sur les droits, car pour les mêmes émissions nous devons payer un tarif beaucoup plus élevé.

Si l'on passe maintenant aux revenus générés par la Société Radio–Canada pendant cette période de 10 ans, on constate qu'au cours des cinq premières années les choses allaient beaucoup mieux, du moins du point de vue du vice–président aux finances. En 1984–1985, nous recevions 198 millions, somme qui passe à 353 millions en 1989–1990. Toutefois, entre 1989–1990 et l'année financière en cours, la croissance a été beaucoup plus lente. D'après les prévisions, nos recettes devraient s'établir, cette année, à 396 millions de dollars.

[*Texte*]

You can also see almost all of the growth in this last five years has been because of the addition of the specialty service Newsworld, which of course has its own source of revenues from cable subscription rates and its own commercials. As you are aware, that revenue is not available to the main service.

We see the same effects in the constant dollars. They grew dramatically from $198 million to $285 million in 1989–90 but since 1989–90 have more or less been declining to this year's $278 million.

This also shows why we often hear the statement that the CBC has become much more reliant on commercial revenue. Here we are simply showing the portion of our funding between self–generated revenues and government funding. You can see in 1984–85 the self–generating revenues represented 18% of our total funding. That has now grown to 27% this fiscal year. So we see there is a fairly significant shift to self–generated revenue.

I would now like to change to the subject of efficiency, but first, another way of looking at why we have a problem. In this slide we are showing the cumulative amounts of the government–requested base reductions over the last 10 years. There have been larger reductions and smaller ones. In 1984–85 and 1985–86 we were asked to reduce by $85 million. That maybe is a number that is familiar to some of us who were around at the time. From then on there were a number of smaller ones. Between 1991 and 1993 we were asked to reduce by an additional $50 million.

What this slide shows is that over the last 10 years we have been asked to reduce our base budgets by $178.7 million. Of course, after 1994–95, in the next three years, there is still another $100 million that has been requested by the government. That will increase this total to $278.7 million.

You see the results of this most directly when we look at our permanent staff. Here we are showing what our permanent staff has been for the last 10 years. As you can see, in 1984–85 we had 11,500 regular staff. At the end of the fiscal year 1993–94 we had 9,117. That represents a 21% reduction over that period.

We have also been spending a lot of time trying to find ways to make ourselves more efficient. Over the last ten years, and particularly in the last four years, we have been putting much more energy into a number of areas to improve efficiencies. I would like to give some examples to give you a flavour.

• 1655

First of all, in the consolidation and integration of services, we have made a number of organizational changes that primarily have their focus on saving money. One good example was the integration of a department we called supply and services, which was integrated both into my own department, finance and administration, and into our MIS and communications departments. Doing that has saved over $5 million each year.

[*Traduction*]

Vous constaterez également qu'au cours des cinq dernières années, la croissance est due presque totalement à l'introduction du service spécialisé *Newsworld* qui, naturellement, dispose de revenus propres, composés des droits d'abonnement au câble et des recettes publicitaires. Vous n'ignorez certainement pas que le service de base n'est pas autorisé à puiser à ces revenus.

La même évolution peut–être constatée en dollars constants: croissance importante de 198 à 285 millions en 1989–1990, mais depuis, une baisse qui s'est plus ou moins poursuivie jusqu'à cette année où le chiffre est de 278 millions de dollars.

L'on voit ici pourquoi on entend souvent dire que la SCR dépend de plus en plus de ces recettes publicitaires. Il s'agit de la différence entre nos revenus de sources propres et le financement gouvernemental. En 1984–1985, les premiers représentaient 18 p. 100 de notre financement total, pourcentage qui atteint 27 p. 100 pour l'exercice financier en cours. Nous constatons donc un glissement important en faveur des recettes de sources propres.

Permettez–moi maintenant de passer aux mesures d'efficacité, mais voici, tout d'abord, une autre explication à nos difficultés. Ce tableau présente les montants cumulés des réductions à la base imposées par le gouvernement au cours des 10 dernières années, réductions de plus ou moins grande ampleur. En 1984–1985 ainsi que l'année suivante, on nous a demandé d'effectuer des coupures s'élevant à 85 millions de dollars, chiffre qui s'est gravé dans nos mémoires. Il y a eu ensuite un certain nombre de coupures de moindre envergure mais, entre 1991 et 1993, il nous a fallu réduire notre budget de 50 millions de dollars supplémentaires.

Ce que ce tableau permet de constater, c'est qu'au cours des 10 dernières années, on nous a demandé de couper nos budgets de base de 178,7 millions de dollars, sans parler des 100 millions de dollars de compressions qu'exige le gouvernement au cours des trois prochaines années, ce qui portera le total à 278,7 millions de dollars.

C'est en examinant l'évolution de nos effectifs permanents que l'on constate le mieux l'effet de ces coupures. Ce tableau illustre l'évolution des effectifs permanents au cours des 10 dernières années. En 1984–1985, la SRC comptait 11 500 employés réguliers; à la fin du dernier exercice, en 1993–1994, nous n'en comptions plus que 9 117, soit une réduction de 21 p. 100 sur cette période.

Nous avons également consacré beaucoup de temps à trouver des moyens d'améliorer notre efficience. Au cours des 10 dernières années—en particulier pendant les quatre dernières, nous nous sommes efforcés d'apporter plus d'efficacité à plusieurs secteurs. Voici quelques exemples sur lesquels j'aimerais attirer votre attention.

Tout d'abord, dans le cadre du regroupement et de l'intégration des services, nous avons apporté un certain nombre de changements à l'organisation dans le but de réaliser des économies. C'est ainsi que les fonctions attribuées à un secteur appelé approvisionnements et services ont été redistribuées entre mon propre secteur, finances et administration, et l'information de gestion ainsi que les communications. Nous avons, de la sorte, réalisé une économie de plus de 5 millions de dollars par an.

[*Text*]

Another example, again within my area, is the creation of what is called the national payment centre. This started in 1992 and includes the consolidation of certain processing activities that were taking place across the country. It brought them into one location. These were activities such as accounts payable, travel, and payroll. We used the most modern technology available and completely re–engineered our processes and systems. In fact, the national payment centre has become recognized as one of the most advanced centres in North America, visited by many private–sector businesses and government agencies.

Doing that has saved the corporation over $2.4 million on an ongoing basis. In other words, every year we're saving $2.4 million.

Under the second heading, negotiated supply agreements, we have again been much more aggressive in this area during the last four or five years. For example, because of the nature of our business we do a fair amount of production travel. Therefore we devoted a fair amount of energy to negotiating very tough agreements. We have outsourced a reservation system to a travel agency. We have a specific agreement with a large airline. We have agreements with hotels and car rental agencies. We estimate because of all the efforts we put into negotiating these agreements we are saving over $3 million a year. We have also recently tendered our insurance for savings. We are also re–entering, for a second time, a bank tendering process.

Under specialized reviews, we brought in a number of experts to look at specific areas of our operation to help us identify areas to save money; for example telecommunications. We had experts come in and audit our costs and have found ways to reduce them quite substantially. We have also had people look at our space in an effort to try to consolidate our space, to reduce lease payments, or to reduce operating costs.

We have also looked at our distribution system. For example, within the last couple of years we have been looking at our up–links to the satellites and have been taking business case decisions on whether it is better to lease or to own them, and determining where they are best located.

On the production side, we have reviewed our production crew staffing and have combined duties to reduce crew sizes by, for example, using robotic cameras. We have automated our master control centres and our delay centres, to reduce staff requirements.

We actually have over 100 identified initiatives at the national level. That excludes the hundreds, if not thousands, of efforts that have been made right across the corporation in each local office. All of these things aim at saving money.

If I were to add up even the few examples I've listed today, I've identified savings of at least $20 million from our base expenditures. I think the conclusion is that we are very active in this area, and we are continuing to search for new ways of doing business and saving money.

[*Translation*]

Autre exemple, là encore dans mon secteur, à savoir la création du Centre national des paiements. Ce projet a été lancé en 1992 et a permis de rationaliser certaines procédures affectuées un peu partout, et de les regrouper en un seul endroit. Ainsi, entre autres, le paiement des comptes créditeurs, les frais de déplacement et la liste de paye. Nous avons fait appel aux technologies les plus modernes et nous avons complètement remanié nos procédures et systèmes. Le Centre national des paiements est maintenant considéré comme l'un des plus modernes en son genre pour l'Amérique du Nord, et nous avons reçu la visite de nombreux représentants de grandes entreprises et d'agences gouvernementales qui s'y intéressent.

Cette mesure a permis à la SRC de réaliser des économies récurrentes de plus de 2,4 millions de dollars, c'est–à–dire de plus de 2,4 millions de dollars chaque année.

En ce qui concerne la négociation des contrats d'approvisionnement, nous avons également, sur ce point, fait preuve d'une plus grande fermeté ces dernières années. C'est ainsi que la nature de nos activités nous oblige à beaucoup voyager et nous nous sommes donc employés à négocier des ententes très rigoureuses. Nous avons confié la gestion du système de réservation à une agence de voyage, conclu une entente spéciale avec une grande compagnie aérienne et passé des contrats avec certains hôtels et agences de location d'automobiles. L'énergie que nous avons déployée à négocier ces ententes s'est soldée par des économies de plus de 3 millions de dollars par an. Nous avons également, dans le même but, lancé des appels d'offres aux compagnies d'assurance et nous allons, pour la seconde fois, procéder de même pour les banques.

Dans le cadre d'examens spéciaux, nous avons fait appel à un certain nombre de spécialistes que nous avons chargés d'examiner des secteurs bien précis—par exemple les télécommunications, aux fins de comprimer nos dépenses. Ces spécialistes, après vérification de nos coûts, ont proposé des moyens de les réduire considérablement. Nous avons fait faire une évaluation de nos locaux pour faire des regroupements et réduire ainsi notre loyer ou nos frais d'exploitation.

Nous avons, enfin, examiné notre système de distribution. C'est ainsi qu'au cours des deux dernières années, nous avons examiné la question des liaisons montantes vers les satellites: en nous fondant sur une analyse de chaque cas, nous avons décidé s'il était préférable de les louer ou de les acheter, et déterminer l'endroit où elles devaient être situées.

En matière de production, nous avons révisé la composition de nos équipes dont les membres, moins nombreux, sont maintenant plus polyvalents grâce aux caméras robotisées. Nous avons également automatisé nos régies centrales et nos centres de transmission différée, ce qui nous a permis de réduire les effectifs.

Nous avons ainsi pris plus d'une centaine de mesures de ce genre à l'échelle nationale, sans compter les centaines, voire milliers d'efforts consentis aux niveaux local et national, tous visant à réaliser des économies.

À ne compter que les exemples que je viens de vous donner, ceux–ci représentent une économie d'au moins 20 millions de dollars sur nos dépenses de base. Nous avons donc déployé une grande activité dans ce domaine et continuerons à oeuvrer inlassablement pour mieux nous gérer et réaliser des économies.

[*Texte*]

Finally, I would like to turn to conclusions. I have three observations I would like to offer.

First, looking at our per capita costs, this chart shows that back in 1984–85 we cost each Canadian 10¢ per day — 10¢ per capita. In fact, in 1993–94 we are at exactly the same level, 10¢ per capita. If you take inflation into account, in constant dollars we are costing only 7¢ a day in 1993–94.

If we compare that with the increase in the cost of postage, for example, the cost of an airline ticket between two points in Canada, the cost of a litre of gas, or the cost of a new automobile, I would say CBC's accomplishments in the area of cost control and delivering a quality service at a minimum feasible cost are second to none.

My second comment has to do with the growth in government spending versus the growth in funding of the CBC. As you can see, CBC funding grew by 22% from 1984–85 to 1994–95, while government operations have grown 42% and total program spending, excluding public debt charges, has grown 65%. During this same period the CPI, the consumer price index, increased 40%. One can conclude that the CBC has been reduced substantially in constant dollars, while the balance of government has been growing.

Finally, just a brief comparison with other public broadcasters around the world. On a per capita basis, we can see Japan is at $57. The United Kingdom is at $52. France is at $47. The lowest of all of these is the CBC, which is at $37 per capita.

Thank you, Mr. Chairman.

• 1700

The Chairman: Thank you very much. That was a very complete and helpful run–through. By golly, you did it in half an hour, even with the notion of slowing down. You might have lost sight of the poor translators there.

We'll proceed straight to it.

Madame Tremblay, je ne sais pas si vous allez partager le temps imparti avec madame Gagnon ou si vous l'utiliserez toute seule? C'est comme vous voulez. Vous avez 15 minutes de toute façon.

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Nous avons combien de temps?

Le président: Quinze minutes. Une dizaine de minutes. Excusez–moi! Je ne sais pas quelle folie m'a pris.

Mme Tremblay: Tout d'abord, je vous remercie pour cette présentation. Je suis vraiment impressionnée par la qualité du document, mais je me demande dans quelle partie du budget ça rentre. C'est la première fois que je vois un document qui présente un budget avec autant de couleurs. C'est probablement dû à la télévision en couleurs.

Le président: Oui, oui. C'est ça.

Mme Tremblay: Ça doit être quelque chose du genre. Ça m'apparaît un document d'une qualité absolument remarquable.

[*Traduction*]

En conclusion j'ai trois observations à faire.

Si nous examinons le coût par personne, ce tableau permet de constater qu'en 1984–1985, la SRC coûtait à chaque Canadien 10c. par jour et qu'en 1993–1994, cette somme n'a pas changé et même, compte tenu de l'inflation, la SRC ne coûte, en dollars constants, que 7c. par jour en 1993–1994.

Si l'on compare cela à l'augmentation du prix d'un timbre–poste, par exemple, ou d'un billet d'avion, dans notre pays, entre deux points donnés, ou d'un litre d'essence ou d'une automobile neuve, je peux affirmer qu'en matière de contrôle des prix et d'exécution d'un service de qualité, la SRC ne le cède à personne.

Ma deuxième observation porte sur la croissance des dépenses gouvernementales par rapport à la croissance des subventions accordées à la SRC. Comme vous le constaterez, le financement de la SRC a augmenté de 22 p. 100 entre 1984–1985 et 1994–1995, alors que la croissance des opérations gouvernementales s'établissait à 42 p. 100 et que le total des dépenses de programmes grimpaient de 65 p. 100. Au cours de la même période, l'IPC a augmenté de 40 p. 100. Force est de conclure que la SRC a vu baisser considérablement les sommes, en dollars constants, qui lui étaient allouées, alors que partout ailleurs au gouvernement, la tendance était à l'expansion.

Permettez–moi enfin de faire une brève comparaison avec d'autres radiodiffuseurs publics étrangers. Ainsi, le financement par personne qui est, au Japon, de 57$, en Grande–Bretagne, de 52$ et en France, de 47$. Le financement le plus bas est celui de la SRC, qui se chiffre à 37$ par habitant.

Merci, monsieur le président.

Le président: Merci beaucoup. Vous nous avez fait un exposé complet et bien utile de la situation. Et vous avez réussi à le faire en une demi–heure, même en essayant de ralentir un peu. Je me demande si vous n'avez pas oublié les pauvres interprètes.

Nous passons directement à la période des questions.

Mrs. Tremblay, I don't know whether you are intending to share you time with Mrs. Gagnon or whether you will be using it all yourself. It is up to you. In any case, you have 15 minutes.

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): How much time do we have?

The Chairman: Fifteen minutes. No, excuse me! I mean't to say ten minutes. I don't know what came over me there.

Mrs. Tremblay: I would like to begin by thanking you for your presentation. Your paper is really impressive, but I am wondering what part of the budget it comes under. This is the first time I've seen a budget paper that uses so many colours. It probably has something to do with coloured television.

The Chairman: Yes, that's it.

Mrs. Tremblay: That must be the reason. In any case, it is an exceptionally well prepared document.

[*Text*]

Il y a seulement un petit inconvénient. Je ne l'avais pas pour préparer toutes mes notes et toutes mes questions. J'ai donc essayé d'utiliser les documents que j'avais, qui nous avait été distribués, entre autres, les rapports annuels des différentes années. J'ai même remarqué que le stock de 1993–1994 avait été épuisé et qu'il y avait eu une deuxième édition beaucoup moins luxueuse que la première.

Mais j'ai lu beaucoup de choses, et j'en suis venue à la conclusion que vous administrez très bien Radio–Canada, que vous êtes les meilleurs au monde, et comme on est dans le meilleur pays du monde, il est donc normal qu'on ait la meilleure télévision du monde. Mais, trêve de plaisanterie. Je suis quand même inquiète sur beaucoup de choses.

Je vais tout de même poser quelques questions. Je ne sais pas si vous allez être en mesure de me répondre aujourd'hui. Ce qui m'inquiète le plus, vous le savez, car c'est mon dada, c'est que les régions aient beaucoup trop fait les frais de la situation de Radio–Canada. Il semblerait que depuis 1984, et vous me corrigerez si je me trompe, le siège social savait, qu'en construisant le Centre de Toronto, ce serait la fin ou la mort de la télévision régionale car il n'y avait pas assez d'argent dans le système pour faire face à cette dépense.

Très honnêtement, avec le personnel qui est affecté à toute la recherche, on a essayé de comprendre ce qui se passait dans le fameux dossier de Toronto. On n'a pas réussi à comprendre tout ce qui se passait dans le financement. Aussi, j'aurais peut–être une série de questions rapides avec des oui ou non comme réponses, mais je n'ai pas le choix. C'est vrai ou c'est faux.

Je n'arrive pas à comprendre vraiment comment ça se passe. Et ce n'est pas les chiffres que vous nous donnez là qui peuvent nous y aider. Dans le quotidien, quelle est la raison pour laquelle Radio–Canada a été obligée par exemple de couper dans les régions? Pourquoi nous ne pouvons plus nous faire entendre? On n'a plus la voix de l'Est.

J'en ai tiré la conclusion que vous payez 23 millions de dollars pour Toronto dans à peu près 23 buildings. Vous décidez ensuite de construire un magnifique édifice. Dommage, je ne suis pas allée le voir. Quand on lit vos rapports successifs, on voit que vous avez pris tous les engagements, que vous avez passé de l'argent à Canada Fairview, et que vous leur avez aussi avancé, une année, 62 millions de dollars pour baisser les impôts et taxes que vous auriez à payer.

Finalement, on se rend compte que vous avez estimé que d'ici l'an 2038, vous aurez payé 1 milliard et demi en logements. Donc, quand vous allez en prendre possession, ça vous aura coûté environ 1 milliard de plus que ce que ça vous aurait coûté si vous aviez continué à être locataire jusqu'en l'an 2038. Il y a toute sorte de chiffres bizarres ici aussi. Un intérêt accumulé sur l'obligation... Vous payez même de l'intérêt avant de payer votre loyer. Il y a des choses un peu extraordinaires là–dedans.

[*Translation*]

There is only one slight problem—namely, that I didn't have it when I was preparing my notes and questions for this session. I tried to use the information available to me, including various documents that were handed out to us, such as previous annual reports. I even noticed that you ran out of the first 1993–94 edition and published a second one that was nowhere near as fancy.

So, I did a great deal of reading about the corporation, and I have come to the conclusion that you are doing a very good job of administering the CBC, that you are the best in the world, and since we are living in the best country in the world, it's perfectly natural that we should have the best television in the world. But, kidding aside, I am concerned about a number of things.

I have a couple of specific questions for you. I don't know whether you will be able to provide me with an answer today or not. What concerns me most—and you are probably aware of this, since it is my pet peeve—is that the regions seem to have paid far too high a price in terms of the overall scheme of things at CBC. Now, I may be wrong, but I do believe people at headquarters knew, as early as 1984, that building the Toronto Broadcast Centre would sound the death knell for regional television, because there simply wasn't enough money in the system to cover this kind of expenditure.

To be perfectly honest with you, I sat down with research staff to try and get a thorough understanding of just how the entire Toronto Broadcast Centre issue evolved. We have not been able to get a clear understanding of the funding situation. So, I would like to ask a few quick questions, to which you can give simply a yes or now answer; I'm sorry to have to do this, but I really have no choice. I would ask that you simply indicate whether it is right or wrong.

I am having a lot of trouble understanding exactly what is going on. And I must say the figures you've given us are not of much help. In terms of daily operations, why did the corporation feel it had to cut back regional service? Why are we no longer being given an opportunity to make our voices heard? The voice of eastern Canada has been silenced.

I have concluded from my readings that you were paying 23 million dollars for broadcast operations in Toronto that were being carried out in 23 different buildings. You then decided to build a magnificent new broadcast centre. Unfortunately, I have not seen it yet. But reading your various reports, I note that you made a whole series of commitments, that you paid money out to Canada Fairview, and that one year, you also advanced them 62 million dollars with a view to lowering the various taxes you would be required to pay.

Finally, I note that you have estimated that by the year 2038, you will have paid approximately one and a half billion dollars for accommodation. This means that when you actually take possession, it will have cost you approximately one billion dollars more than it would have, had you continued to lease facilities until the year 2038. There are all kinds of very strange figures here. Mention is made of interest accruing on the corporation's liability—You even pay interest before paying your rent. There are some pretty extraordinary pieces of information in there.

[*Texte*]

Cependant, ce que j'ai appris cet après-midi, et qui vient de me bouleverser profondément—je ne le vous cache pas—c'est ce qui se passe à la station de Québec où quelqu'un assis au siège de Montréal congédie du monde sans en parler et, dans le domaine des achats, on dit que Radio-Canada veut augmenter l'année prochaine ses revenus de publicité. Par ailleurs, M. Dupuy veut vous les enlever. Je ne sais pas ce qu'on recommandera.

Il semblerait que le marché de Montréal soit exclu de la vente de la publicité des Jeux d'Atlanta. C'est vrai ou faux? Il y aurait ainsi un manque à gagner de 8 millions de dollars à Montréal. C'est Toronto qui vendrait de la publicité à Montréal. Les représentants de vente du secteur francophone ont été écartés du dossier des Jeux d'Atlanta.

Le président: Voilà une série de questions. C'est plutôt les dernières que vous voulez poser?

Mme Tremblay: On n'a que 10 minutes pour régler une affaire qui nous prendrait 10 ans pour essayer de comprendre comment cela fonctionne.

Le président: On se fixe sur la question du Québec, c'est cela?

Mme Tremblay: Comment, quelqu'un qui est à Montréal, pour ne pas le nommer, M. Trempe, peut-il congédier des gens qui sont assis à Québec sans parler à Québec? C'est le prolongement du problème qu'on avait lorsqu'on a congédié des gens de Toronto. C'était encore messieurs Vachon et Trempe qui étaient dans le coup. À ce moment-là, le syndicat est allé en appel et cela a coûté 12 millions de dollars à la Société Radio-Canada pour les ramener.

Cette fois-ci, d'ailleurs M. Vachon a été congédié entre temps, et M. Trempe l'a remplacé, mais ce dernier récidive. Il met encore du monde à pied, sans en parler à qui que ce soit. Je l'ai ici, c'est un document que je peux citer, cela vient des syndicats, du conseil du local de Radio-Canada à Québec; on écarte les francophones des Jeux d'Atlanta.

Le président: D'accord. Voilà quelques questions. Monsieur McEwen?

Mr. McEwen: Let me start by saying the specific business about Montreal re Quebec City—Firings I'll have to look into. Just for the record, I should point out that Mr. Trempe used to be in Quebec City and is now in Montreal.

You've hit a number of points. I'll deal with a couple and then maybe I'll have Steve pick up on some about the broadcast centre.

The Chairman: If we don't get a complete answer on these, you can come back to us on everything from buildings in Toronto to—A great range of questions has been put to you.

[*Traduction*]

• 1705

However, I was given some information this afternoon and I make no secret of the fact that I find it very upsetting; it concerns the Quebec City station, because apparently someone sitting in Montreal headquarters feels he can fire people working in Quebec City and keep it under wraps, although CBC keeps saying it wants to increase its advertising revenues next year. At the same time, Mr. Dupuy says he wants to take them away. At this point, I do not know what they will be recommending.

It would seem, however, that the Montreal market has been totally excluded from advertising sales for the Atlanta Games. Is that correct? This is apparently the reason for lost revenue totalling $8 million in that city. According to what we have heard, Toronto will be selling advertising to Montreal. Sales representatives from the francophone sector have been completely left out of the Atlanta Games discussion.

The Chairman: You've asked a whole series of questions. Is it the latter ones you would like dealt with first?

Mrs. Tremblay: Well, we only have 10 minutes to discuss an issue that would take 10 years to fully understand.

The Chairman: So, would you like them to respond to the Quebec City problem?

Mrs. Tremblay: What I want to know is how someone in Montreal—Mr. Trempe, to be precise—can simply fire people in Quebec City without even discussing it with them beforehand? This is precisely the same problem that arose when people in Toronto were fired. Once again, Mr. Vachon and Mr. Trempe were involved. Back then, the union appealed the decision and it cost the Canadian Broadcasting Corporation $12 million to rehire them.

Although this time, Mr. Vachon is no longer involved, having been fired since, he has been replaced by Mr. Trempe who is doing the same thing all over again. He is firing people without telling anyone about it. I have a paper here I can quote that I was given by the unions, and specifically the board of the local CBC union in Quebec City; it states clearly that francophones are being kept out of the Atlanta Games.

The Chairman: Thank you. We now have a few questions to get the discussion going. Mr. McEwen, would you like to begin?

M. McEwen: Permettez-moi de commencer par vous dire qu'en ce qui concerne le problème entre Montréal et Québec. . . Vous me parlez de congédiements et je vais devoir me renseigner avant de pouvoir vous répondre. Mais à titre d'information, je vous signale que M. Trempe occupait jadis un poste à Québec, mais travaille actuellement à Montréal.

Vous avez soulevé plusieurs points. Je vais en aborder quelques-uns, et je passerai ensuite la parole à Steve qui pourra vous parler du centre de radiodiffusion.

Le président: Si vous n'êtes pas en mesure de nous fournir une réponse complète, vous pouvez toujours nous faire parvenir de l'information sur les installations de Toronto ou. . . Nous sommes conscients du fait qu'on vous a posé toute une série de questions.

[*Text*]

Mr. McEwen: On the Atlantic Games, as a corporation we made the choice that they would be marketed through one sales entity, because we are marketing the Olympic Games on CBC services: our television services, Newsworld, and RDI, and with the participation of our French sales force. But we made the commitment that we would market it as a package. When you do that, you put the package in one set of hands for marketing purposes, but with full participation.

Just on the notion of the regions paying for the broadcast centre in Toronto—and Steve will speak in specific terms—you should know that when we sit down and plan a broadcast centre or a building somewhere, it's based on need and plan. As we sat down and planned the *maison* in 1965–66 and it became a reality in the late 1960s and 1970, the regions didn't pay for it. It was part of our capital plan and our normal planning process. We needed to put a new headquarters into Montreal.

The same process happened for Toronto. Money wasn't gathered up from the regions and diverted to Toronto to pay the capital costs or the interest payments for the broadcast centre.

Maybe Steve could pick up on some of the specific points on the broadcast centre.

Mr. Cotsman: I'll just make a couple of points, Mr. Chairman, and maybe take up your offer of trying to put something in writing on some of that detail.

One is just to re–emphasize the point—I wouldn't want to leave that notion. When the decision was taken to go ahead with the broadcast centre, there certainly was a plan in place to finance it. You have to understand that there was very thorough process at the time. There were a lot of experts involved in looking at the design of it, and at the financing. It was interdepartmental committees with government. There were Treasury Board approvals. There were cabinet approvals. There were Orders in Council. It was a very thorough process. Everybody knew what the plan was, what the financial risks were.

• 1710

So that's one point I think should be clear, that at the time the decision was taken there was a financing plan in place. It certainly wasn't taken with some knowledge that we'd have to be hurting other parts of the organization.

I think our annual report tries to set out all of the different aspects. There are at least one or two notes devoted to the broadcast centre. It is a complex transaction in the sense that this is a capital lease. This is not just the purchase of a building. It's a capital lease. It has the concept of an accrual mortgage against it. We must return revenues that are generated from the site.

[*Translation*]

M. McEwen: Pour ce qui est des Jeux d'Atlanta, la société a effectivement décidé que le travail de commercialisation passerait par une seule unité de vente, comme nous faisons la promotion des Jeux olympiques pour l'ensemble des services de la SRC, à savoir notre service de télévision, Newsworld et RDI, et ce, avec la participation de notre secteur de vente francophone. Cependant, nous nous sommes engagés à mener une campagne de promotion collective, qui viserait l'ensemble de nos services. À ce moment–là, une seule unité doit en être chargée, bien que tous les secteurs intéressés y participent pleinement.

Quant à l'affirmation selon laquelle les régions auraient payé le centre de radiodiffusion de Toronto—et Steve pourra vous en donner d'autres détails tout à l'heure—vous devez savoir que quand nous nous asseyons pour planifier la construction d'un centre de radiodiffusion ou d'une installation quelconque, c'est parce qu'il existe un besoin et un projet précis. Quand nous avons planifié la Maison Radio–Canada en 1965–1966, qui s'est concrétisée vers la fin des années soixante et notamment en 1970, ce ne sont pas les régions qui l'ont payée. Ce projet de construction faisait partie de notre plan d'immobilisations et du processus de planification habituel. Nous avions à l'époque besoin d'un nouveau siège social à Montréal.

Les choses se sont déroulées de la même manière pour Toronto. On ne s'est pas contenté de couper les budgets régionaux pour payer les dépenses d'immobilisations ou les intérêts relatifs au centre de radiodiffusion.

Steve pourrait peut–être vous renseigner sur un certain nombre de points précis que vous avez soulevés au sujet du centre de radiodiffusion.

M. Cotsman: Je vais faire quelques brefs commentaires, monsieur le président, et conformément à votre suggestion, je vais vous faire parvenir une réponse écrite plus détaillée.

Tout d'abord, je voudrais insister de nouveau sur un point bien important... Je ne voudrais pas que vous restiez sur une impression tout à fait erronée. Lorsque la décision de construire le centre de radiodiffusion a été prise, un plan de financement était déjà établi. Il faut comprendre que cette décision était précédée d'une longue démarche au cours de laquelle l'opinion d'un grand nombre d'experts a été sollicitée au sujet de la conception et du financement du centre. Un certain nombre de comités interministériels gouvernementaux ont étudié la question. On a ensuite obtenu d'abord l'approbation du Conseil du Trésor, et ensuite, celle du Cabinet. Il y a eu des décrets du Conseil. Donc, le processus de planification était à la fois long et détaillé, et tout le monde était au courant du plan et des risques financiers.

C'est quelque chose qui doit être bien clair, à savoir qu'au moment où la décision a été prise, un plan de financement était en place. Elle n'a certainement pas été prise en sachant qu'il faudrait nuire à d'autres parties de l'organisation.

Je pense que notre rapport annuel tente d'exposer tous les différents aspects. Au moins une ou deux notes explicatives sont consacrées au Centre de radiodiffusion. C'est une opération complexe, parce qu'il s'agit d'un contrat de location–acquisition. Il ne s'agit pas d'un simple achat d'immeuble. C'est un crédit–bail immobilier, et cela suppose l'accumulation d'une créance hypothécaire. Nous devons rendre les recettes produites sur place.

[*Texte*]

Your reference to $62 million isn't money that came from somewhere else in the corporation. That's money that was generated from other parts of the site where our building is, and therefore applied against the cost of the project.

I think what I should do is try to come back with a little bit more of a layman's explanation on the detail of your question.

The Chairman: What I suggest is that when you send us that information, particularly on the broadcast centre, you bear in mind that article which appeared in *Saturday Night*, which may have given some of us questions.

Mr. Cotsman: I might just add that we are preparing a response to the overall article. Obviously that will be in the public record very shortly, as well.

The Chairman: We may come back to this. We understand these are complex issues, but we do want to put on the record that we want answers in writing.

Hélas, je crois que vos dix minutes sont déjà écoulés.

Mme Tremblay: Parfait.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Mr. Chairman, first I would like to echo Mrs. Tremblay's comments regarding the quality presentation that you've brought before us today. It's unfortunate it wasn't here for us to see a little earlier, but I do acknowledge the amount of work that has gone into producing it.

I would also like to state that it is not my intent here to be obstructionist in any way. If that flavour or perception was left with you last week it's unfortunate, because, Mr. Cotsman, in your closing remarks you said all we're really trying to do here is search for new ways of doing business and saving money. That's part of my responsibility as a member of Parliament and my obligation to Canadian taxpayers. If my questions appear to be somewhat harsh, or if they're presented in a way that you feel I am being somewhat obstructionist, I really want to assure you that I'm not.

I am going to direct my attention to some further detail vis–à–vis administration, which I don't necessarily see within the document. As I said, I have not really had very much time to go over it, but I'm going to give you some figures. I'd like you to write these down as I go through them, because if you don't have an explanation for them today there may be some point at which you might like to comment further.

The CBC began its undertaking to restructure and downsize in the fiscal year 1989–90—I believe that's correct—when it had, according to your report, 10,571 employees. At the end of the fiscal year 1993–94 you have, according to your reports, 9,097 employees. That's a reported employment decrease of 1,474 employees in five years.

[*Traduction*]

Quand vous parlez des 62 millions de dollars, ce n'est pas de l'argent qui provenait d'une autre source à l'intérieur de la Société. C'est de l'argent qui provenait d'autres endroits de l'emplacement où se trouve notre immeuble, et par conséquent il a été appliqué au coût du projet.

Je devrais peut–être essayer de répondre à votre question en employant un langage un peu plus simple.

Le président: Puis–je suggérer que lorsque vous nous ferez parvenir ces renseignements, surtout ceux qui ont trait au Centre de radiodiffusion, vous songiez à cet article paru dans le *Saturday Night*, dont certaines de nos questions sont peut–être inspirées.

M. Cotsman: J'aimerais ajouter que nous sommes en train de rédiger une réponse à cet article. Elle sera bien sûr du domaine public sous peu.

Le président: On y reviendra peut–être. Nous savons qu'il s'agit de questions complexes, mais nous tenons à dire officiellement que nous demandons des réponses écrites.

Unfortunately I think your ten minutes are over.

Mrs. Tremblay: Very well.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Monsieur le président, j'aimerais faire suite aux observations de M^me^ Tremblay au sujet de l'excellent exposé que vous venez de nous présenter. Il est regrettable que nous n'ayons pas pu l'avoir un peu plus tôt, mais je reconnais que c'est un exposé qui a demandé beaucoup de préparation.

J'aimerais aussi dire que je n'ai pas du tout l'intention de faire de l'obstruction. Si c'est l'impression que vous avez eue la semaine dernière, je le regrette, car, monsieur Cotsman, en concluant vous aviez dit que tout ce que nous essayions vraiment de faire c'était de trouver de nouvelles façons de gérer les affaires et d'économiser de l'argent. J'en ai la responsabilité en tant que parlementaire et j'en ai aussi l'obligation face aux contribuables canadiens. Si mes questions vous semblent un peu brusques, ou si la façon dont elles sont présentées vous donnent à penser que je fais peut–être de l'obstruction, je tiens à vous assurer que ce n'est pas du tout le cas.

Je vais maintenant demander des précisions au sujet de l'administration; précisions que je ne retrouve pas vraiment dans le document. Comme je le disais, je n'ai pas eu beaucoup de temps pour l'étudier, mais je vais quand même citer certaines données. J'aimerais que vous preniez note de ces questions à mesure que je les pose, car si vous n'avez pas d'explication à fournir aujourd'hui, peut–être pourriez–vous y revenir plus tard.

La SRC a entrepris sa restructuration et la rationalisation de son effectif au cours de l'exercice 1989–1990—je crois bien—quand elle comptait, selon votre compte–rendu, 10 571 employés. À la fin de l'exercice 1993–1994, vous avez, selon vos comptes rendus, 9 097 employés. C'est une réduction de l'effectif de 1 474 employés en cinq ans.

[*Text*]

According to the notes in the annual reports for those five years, the costs of restructuring relate primarily to employment separation costs, and I understand that's a reality of business. However, there's a total of $118 million over five years, which comes out to an average separation cost of $80,054 per employee. I would like you to comment on the apparent generosity of those separation packages.

Further to that, before restructuring, according to Statistics Canada, the CBC paid in 1988–89 a total of $616.647 million in gross salaries. After restructuring, according to Statistics Canada, in 1992–93 it paid $713.340 million in gross salaries. This is a gross salary increase of $100 million in five years during a period when the CBC alleges it decreased its total staff complement by some 1,500 employees.

I'd like you to explain how the CBC managed to spend at least $120 million over five years to let 1,500 people go, and how gross annual salary expenditures have managed to increase by 17%. That's $100 million a year, by my calculations. And in the face of budget cuts, the CBC salary budget has increased by 10% of the complete amount of the appropriation.

Mr. Cotsman: I think we'd have to come back, as you suggested, on the detailed numbers, but I could make a couple of general comments.

• 1715

First, the overall restructuring cost wasn't totally for employment, as the note indicates. It is a large proportion, but it isn't totally. During the restructuring we had to do many other things. We had to change our physical space as we downsized some of our stations. There were some program implications that got charged there. But a large proportion of the costs indeed was charged there.

We have done comparisons with our exit programs, our voluntary separation programs, with the private sector—both private and public sector, for that matter—and we have found our programs in general are no more generous than those comparisons. As I say, we can look at the exact numbers you have given us, but I can tell you we have done these studies. We just did another review because we are looking even at what is required right now for voluntary separation, and we want to make sure we are not moving out of a comparative situation.

As for the increase in the salaries, I would have to look at that one. We did do an analysis at the end of 1992–93 that seemed to indicate we can show where the salaries had gone to. There were pluses and minuses. During that same period there were salary increases for the employees who stayed. Part of it is an offset. In other words, you save the salaries of the people who leave, but you are also paying more to the ones who stay. There were a number of increases during those years.

[*Translation*]

Selon les explications fournies dans les rapports annuels de ces cinq années, le coût de la restructuration comprend essentiellement les coûts de cessation d'emploi, et je reconnais qu'on ne peut pas y échapper. Cependant, ces coûts totalisent 118 millions de dollars sur une période de cinq ans, ce qui donne un coût moyen de cessation d'emploi de 80 054$ par employé. J'aimerais que vous nous expliquiez l'apparente générosité de ces ententes de cessation d'emploi.

En outre, avant la restructuration, selon Statistique Canada, la SRC a versé en 1988–1989 un total de 616,647 millions de dollars au titre de la rémunération brute. Après restructuration, toujours selon Statistique Canada, en 1992–1993, la SRC a versé 713,340 millions de dollars au titre de la rémunération brute. C'est une augmentation de la rémunération brute de 100 millions de dollars en cinq ans, à une époque où la SRC prétend avoir réduit son effectif total d'environ 1 500 employés.

J'aimerais que vous nous expliquiez comment la SRC a pu dépenser au moins 120 millions de dollars sur cinq ans pour laisser partir 1 500 employés, et comment les dépenses salariales annuelles brutes ont pu augmenter de 17 p. 100. Cela représente 100 millions de dollars par an, d'après mes calculs. Compte tenu des compressions budgétaires, le budget de rémunération de la SRC a augmenté de 10 p. 100 par rapport au total des crédits qui lui sont accordés.

M. Cotsman: Je pense que nous devrons revenir, comme vous l'avez laissé entendre, sur les chiffres précis, mais je pourrais d'ores et déjà faire quelques observations d'ordre général.

D'abord, le coût total de la restructuration ne concernait pas que les dépenses d'emploi, comme l'indique la note explicative. Il en représente une forte proportion, mais pas la totalité. Au cours de la restructuration, nous avons dû faire bien d'autres choses. Nous avons dû modifier nos installations à mesure que nous réduisions la taille de certaines de nos stations. Ces changements ont eu aussi une incidence sur certains programmes. Toutefois, une forte proportion des coûts correspondait bel et bien à ce poste de dépense.

Nous avons comparé nos programmes de départs, nos programmes de départs volontaires, à ceux du secteur privé—du reste nous les avons comparés à des programmes du secteur privé comme à d'autres programmes du secteur public—nous avons pu constater que de façon générale nos programmes n'étaient pas plus généreux que d'autres. Nous pouvons revenir sur les chiffres exacts que vous avez cités, mais je peux vous dire que nous avons effectués des études. Nous venons tout juste d'en terminer une, parce que nous sommes en train d'examiner ce qu'exige maintenant la cessation volontaire d'emploi. Nous voulons être certains de la comparabilité de nos dispositions.

Pour ce qui est de la hausse de la masse salariale, il faudrait que j'examine à nouveau cette question. Nous avons fait, à la fin de 1992–1993, une analyse qui semblait indiquer comment avait évolué la masse salariale. Il y avait eu des augmentations et des diminutions. Au cours de cette même période, on a accordé des augmentations de salaire aux employés qui étaient restés. C'est en partie un jeu d'équilibre. Autrement dit, n'ayant plus à payer les employés qui étaient partis, on paie davantage ceux qui restent. Il y a eu plusieurs augmentations salariales pendant ces années–là.

[*Texte*]

We also had Newsworld come into place during that same period. I have forgotten the exact number; 200 or 250 employees would have been added to the rolls. At the same time as we were taking them out of other parts of the organization, we were adding a new service, financed on its own. Of course that offsets the reduction in the salaries. That shows up in a gain when you compare year over year.

We will try to come back more precisely to your numbers, but those are some general factors that should be taken into account.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I have one follow–up. About the comment you made about public–and private–sector employees, data compiled by Statistics Canada for 1993 regarding staffing and remuneration shows that for programs the CBC has 5,761 employees, with a total remuneration, which includes salaries, wages, and fringe benefits, of $458,426,000, which is an average of $79,574 per employee. In the private sector, for programs, it is reported that there are 10,457 employees, with a total remuneration of $446,119,855, which is an average of $42,662. So there is a bit of discrepancy with what you say.

Mr. Cotsman: I am not familiar with those figures.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): They are from Statistics Canada.

Mr. Cotsman: Yes, but there is something wrong with that.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Okay. Maybe what you might like to do is come back at some point with comments regarding the discrepancy there.

Mr. Cotsman: Sure.

Mr. Alain Pineau (Vice–President, Planning and Regulatory Affairs, Canadian Broadcasting Corporation): In the meantime I would encourage you to look at one of the fact sheets distributed today on CBC employee compensation.

The Chairman: Yes, that was part of the white package.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I would also direct you to page 46 of the Statistics Canada report, which does go through some of these employment figures I mentioned. We have many reports and some confusion.

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): I am going to cut the preambles these gentlemen have heard today. I have some very general questions today.

I was pleased to hear the pie chart. . .on page 8 you talk about English and French television services and you have broken down these percentages and numbers. That gives us a glimpse of the 1993–94 year. If we were to back this up five years, how has this chart changed?

• 1720

Mr. Cotsman: I haven't looked at these numbers exactly, but I don't believe there has been much change—with the caveat that depending on the year you choose, if there was some special event, such as a federal election, it would affect the news. If there were Olympics, that would affect the sports. But excluding those sorts of special things, it's been relatively constant.

[*Traduction*]

De plus, *Newsworld* a fait son entrée pendant cette période. J'ai oublié le nombre de données exacte, mais je crois que 200 ou 250 employés sont venus s'ajouter à l'effectif. En même temps qu'on se séparait des employés de certaines parties de l'organisation, on créait un nouveau service; un service autofinancé. Évidemment, cela efface la diminution des salaires; cela correspond à une augmentation quand on fait une comparaison d'année en année.

Nous tenterons de revenir spécifiquement aux chiffres que vous avez cités, mais voilà des facteurs généraux dont il faudrait tenir compte.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): J'ai une autre question. Au sujet de ce que vous avez dit à propos des employés du secteur privé et de ceux du secteur public. Les données compilées par Statistique Canada pour 1993 au sujet de la dotation et de la rémunération montrent que pour ce qui est des émissions, la SRC compte 5 761 employés, lesquels reçoivent une rémunération totale, y compris salaire et avantages sociaux de 458 426 000$, soit une moyenne de 79 574$ par employé. On rapporte que, dans le secteur privé, les 10 457 employés, rattachés à la programmation perçoivent une rémunération totale de 446 119 855$, soit un revenu moyen de 42 662$. Cela diffère passablement de ce que vous nous dites.

M. Cotsman: Je ne suis pas au courant de ces données.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Elles viennent de Statistique Canada.

M. Cotsman: Oui, mais il y a là quelque chose qui ne va pas.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Très bien. Peut–être pourrez–vous y revenir plus tard pour expliquer d'où vient cet écart.

M. Cotsman: Certainement.

M. Alain Pineau (vice–président, Planification et réglementation, Société Radio–Canada): D'ici–là, je vous invite à consulter l'un des documents distribués aujourd'hui sur la rémunération des employés de Radio–Canada.

Le président: Oui, cela fait partie du dossier blanc.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je vous renvoie aussi à la page 46 du rapport de Statistique Canada, où il est question de ces données sur l'emploi dont j'ai fait état. Nous avons de nombreux rapports et c'est un peu confus.

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): Je vais épargner à ces messieurs les longues introductions. Je vais poser des questions d'ordre très général.

Je trouve très intéressant le graphique. . . À la page 8 vous parlez des services de télévision anglais et français, et vous répartissez ces derniers en pourcentages et en nombres. On a ainsi un aperçu de l'exercice 1993–1994. Si nous comparons la situation actuelle à celle d'il y a cinq ans, en quoi ce graphique a–t–il changé?

M. Cotsman: Je n'ai pas regardé ces chiffres de près, mais je ne crois pas qu'il y ait eu beaucoup de changement—étant entendu que cela dépend de l'année choisie, du fait qu'il puisse y avoir ou non des événements particuliers, une élection fédérale par exemple, ce qui aurait une incidence sur les actualités. S'il y avait des Jeux olympiques, cela toucherait les sports. Mais à l'exclusion d'événements particuliers de ce genre, il y a eu une certaine constance.

[*Text*]

Mr. Gallaway: What you're telling me is that the percentages of drama and sports and all these categories have basically remained the same.

Mr. Cotsman: I believe so.

Mr. Gallaway: No change, then, of any significance.

Mr. McEwen: There might be in Newsworld.

Mr. Gallaway: Yes, which would be something new that would come on line.

Having said that, then, I want to talk about sports for a couple of seconds. You said, as I understood your statement, professional sports are profitable.

Mr. Cotsman: That's correct.

Mr. Gallaway: In the spring, I believe, a great announcement was made by somebody from your organization who said it was good news for Canadians that you had won the Olympic bid. I take it that is not professional sports.

Mr. Cotsman: For this purpose we treat the Olympics as professional sport.

Mr. Gallaway: So the study for the Olympic bid was done, then, some time in the spring: marketing, how you're going to turn a profit on this. Is that correct?

Mr. Cotsman: Yes.

Mr. Gallaway: Then why is it going to take you two or three weeks now to produce a report?

Mr. Cotsman: No. Sorry. We're talking about two different reports, Mr. Gallaway. The report I'm talking about looked historically. It looked at our last fiscal year, 1993–94. For all the activity we had it did a very full costing review and came out with a conclusion.

As for the business with the Olympics, we believe on our business case we will make a profit. But that was a different study. That's just a review for a business case, to decide what we could bid for the Olympic Games.

Mr. Gallaway: So the report you're going to release in two to three weeks shows us you've turned a profit on "professional sports" to date.

Mr. Cotsman: That's right.

Mr. Gallaway: Will you be releasing a report on your Olympic scenario?

Mr. Cotsman: What we intend to do is to provide a little more material than we have to date on the Olympics and why we believe there is a business case to be made.

Mr. Gallaway: If we look once again at this chart on page 8, with all these services and percentages, and we consider the statutory mandate of CBC—and you have said CBC has been reduced but government has been growing in spending—what would you recommend to this committee should be changed in the CBC mandate?

[*Translation*]

M. Gallaway: Vous me dites par conséquent que les pourcentages des pièces de théâtre et du sport, et de toutes ces catégories, sont restées à peu près les mêmes.

M. Cotsman: C'est ce que je crois.

M. Gallaway: Il n'y a donc pas eu de changement important.

M. McEwen: Peut–être à Newsworld.

M. Gallaway: Oui, il y aurait quelque chose de nouveau qui serait indiqué.

Cela dit, je voudrais parler un peu du sport. Si j'ai bien compris, vous avez dit que le sport professionnel était rentable.

M. Cotsman: C'est exact.

M. Gallaway: Je crois que c'est au printemps qu'un responsable de votre organisme a fait une grande déclaration selon laquelle c'était une bonne nouvelle pour les Canadiens que vous ayez été choisi pour les Jeux olympiques. J'imagine qu'il ne s'agit pas là de sport professionnel.

M. Cotsman: Dans cette optique, nous considérons les Jeux olympiques comme du sport professionnel.

M. Gallaway: L'étude pour la soumission concernant la retransmission des Jeux olympiques a donc été faite au printemps: pour ce qui est de la commercialisation, vous allez faire des bénéfices. C'est bien cela?

M. Cotsman: Oui.

M. Gallaway: Pourquoi donc allez–vous maintenant avoir besoin de deux ou trois semaines pour fournir un rapport?

M. Cotsman: Je vous demande pardon. Nous parlons ici de deux rapports différents, monsieur Gallaway. Le rapport dont je parle concerne l'aspect historique. Il s'agit d'une analyse de notre dernier exercice financier, celui de 1993–1994. Il comporte, pour toutes nos activités, une étude très complète des coûts et aboutit à une conclusion.

Pour ce qui est de l'aspect commercial des Jeux olympiques, nous pensons que cela s'avèrera une affaire rentable. Il s'agissait, en l'occurrence d'une étude différente; c'était l'analyse d'une initiative à caractère commercial nous permettant de savoir quelle proposition nous pouvions faire pour les Jeux olympiques.

M. Gallaway: Ainsi, le rapport que vous allez publier dans deux ou trois semaines indiquera que vous avez jusqu'ici fait des bénéfices avec le «sport professionnel».

M. Cotsman: C'est exact.

M. Gallaway: Allez–vous publier un rapport sur votre stratégie olympique?

M. Cotsman: Nous avons l'intention de fournir davantage de documents que nous ne l'avons fait jusqu'ici, afin d'expliquer pourquoi nous croyons que les Jeux olympiques peuvent s'avérer une bonne affaire commerciale.

M. Gallaway: Si nous regardons encore une fois le tableau de la page 8, où figurent tous les services et les pourcentages, et si nous regardons le mandat légal de la SRC—vous avez dit que la SRC a subi des réductions alors que le gouvernement a dépensé davantage—quels changements recommanderiez–vous au Comité pour le mandat de la SRC?

[*Texte*]

Let me ask you two questions. Is your mandate too broad, having regard to your financial resources? If so, how would you change it? What would you recommend to the Government of Canada, saying we want our mandate changed so we can provide a service to Canadians?

Mr. McEwen: Perhaps I could respond to that. When the president is with us in two or three weeks, we're going to respond to what our vision of the future is. But let me give you the short answer right now.

We're very comfortable with that mandate. We're seeking ways to try to meet the full mandate. I assume that's part of your mandate as a committee. So when we come to talk about it, we're not recommending dropping this part of the mandate or another part of the mandate. That is the mandate. That's the framework we're operating in.

Mr. Gallaway: You have said you're comfortable. So you would recommend the status quo?

Mr. McEwen: In the mandate. We're going to have to be creative about how we finance this organization to meet that mandate. But we believe it is the appropriate mandate for a public broadcaster in this milieu.

Mr. Gallaway: It's been said CBC programming should be different from American, if I can compare it that way. It's the easiest way of doing it. How do you regard your programming as being distinctive from other broadcasters that are normally available to Canadians, having regard to the fact that most Canadians live within 100 miles of the American border and most Canadians receive a majority of American channels? How do you regard yourself as being distinctive? Is it because you have the Expos on?

Mr. McEwen: Broad question. Let me just say that when you have the media heads with you tomorrow and on Thursday you're going to be able to go into this in depth. Let me just make a couple of observations that may open the door to the discussion that we'll have over the next couple of days.

• 1725

There is no question that our radio services straight up are distinctive. There's nothing like them in North America. Someone argue that there's nothing like them in the world. They speak to a standard, a quality, a diversity, and a sense of ourselves.

Mr. Gallaway: I was referring to TV.

Mr. McEwen: Certainly our French television services as defined within their marketplace set the standard.

Mr. Gallaway: Yes. You're absolutely right.

Mr. McEwen: We believe the same is true of our English television services as seen through programs that nobody else produces, such as *Market Place*, and *Man Alive*. The fact is that we do have news in prime time at 10 p.m. We have stories, dramatic stories about ourselves as a people, *The Boys of St. Vincent*, *Conspiracy of Silence*, *The Dionne quintuplets' story*, which we're going to see this fall, *Street Legal*, *Side Effects*—I can go on and on and on. These are stories that are all within

[*Traduction*]

Je vais vous poser deux questions: Votre mandat est–il trop vaste, compte tenu de vos ressources financières? Dans ce cas, quels changements envisageriez–vous? Que recommanderiez–vous au gouvernement du Canada si vous deviez dire que votre mandat doit changer pour que vous puissiez fournir un bon service aux Canadiens?

M. McEwen: Je pense pouvoir répondre à cette question. Lorsque le président sera parmi nous, dans deux ou trois semaines, nous dirons quel avenir nous envisageons. Je vais pour l'instant vous donner une réponse succincte.

Ce mandat nous convient parfaitement. Nous essayons de trouver des moyens de le remplir dans sa totalité. J'imagine que cela fait partie de votre mandat à vous, en tant que comité. Lorsque nous venons en discuter, nous ne recommandons pas la suppression de telle ou telle partie du mandat. Le mandat est ce qu'il est. Et c'est dans ce cadre que nous fonctionnons.

M. Gallaway: Vous dites que ce mandat vous convient. Vous recommandez donc le statu quo?

M. McEwen: Pour le mandat. Il va falloir innover pour trouver le moyen de financer cet organisation en remplissant le mandat. Mais nous pensons qu'il s'agit d'un mandat qui convient à un diffuseur public dans un environnement tel que le nôtre.

M. Gallaway: On a dit que la programmation de la SRC devrait être différente de celle des Américains, si j'ose me permettre cette comparaison. C'est en tout cas la façon la plus simple de dire les choses. En quoi estimez–vous que votre programmation diffère de celle des autres diffuseurs auxquels ont normalement accès les Canadiens, étant donné que la majorité de la population canadienne vit à moins de 100 milles de la frontière américaine et que la plupart des Canadiens reçoivent un très grand nombre de chaînes américaines? En quoi vous voyez–vous différents? Est–ce parce que vous transmettez les Expos?

M. McEwen: Vaste question. Je vous dirais simplement que lorsque vous accueillerez les responsables des services média demain et jeudi, vous pourrez aborder la question en profondeur. Je vais me contenter de faire quelques remarques qui pourraient lancer la discussion que nous aurons au cours des prochains jours.

Nos services radio sont complètement différents, cela ne fait aucun doute. Ils n'ont pas d'équivalents en Amérique du Nord. Certains estiment qu'ils n'ont pas leurs pareils dans le monde. Ils respectent une certaine norme, ils ont une qualité, une diversité, et nous sont propres.

M. Gallaway: Je parlais de la télévision.

M. McEwen: Il ne fait pas de doute que nos services télévisés français servent de modèle sur leur marché.

M. Gallaway: Oui. Vous avez tout à fait raison.

M. McEwen: Nous pensons qu'il en va de même pour nos services télévisés anglais, si l'on pense aux émissions que personne d'autre ne produit, par exemple *Market Place* et *Man Alive*. Il faut dire que nos Nouvelles passent aux heures de grande écoute, à 22 heures. Nous avons des séries dramatiques qui nous concernent en tant que peuple, *The Boys of St. Vincent*, *Conspiracy of Silence*, *The Dionne quintuplets' story*, que nous allons voir cet automne, *Street Legal*, *Side Effects*; et

[*Text*]

the Canadian experience, the Canadian frame of reference. Others might do one or two series but they don't do that as part of their normal fare.

Some 85% or 86% of English television schedule this fall is Canadian drama, Canadian variety, Canadian humanities, arts and information programs, and children's programming, but the private sector during prime time will have a 20% Canadian schedule and an 80% American schedule, most of it simulcast. That's the difference.

Mr. Gallaway: Are you suggesting that the difference between CBC and other Canadian broadcasters has to do with the quantum of Canadian broadcasting, or is it the nature of the programming?

Mr. McEwen: One is the diversity, the broad breadth, and that's why I said that the mandate is very appropriate. It allows us to have the breadth of programming. That's a difference.

I think the other is setting certain standards of quality, quality not just in terms of the writing or the performance or the presentation, but quality in terms of how we understand ourselves, see ourselves and contribute to our own well–being. There are standards that are important base standards for the Canadian broadcasting system. You have to be rooted on some standards, and I think the act contemplates that the CBC plays a central role for those standards.

Mr. Gallaway: Who do you think determines these standards? Is it the Canadian public or is it CBC? We're talking about cultural differences. We're talking about what is distinctively Canadian. Is it the CBC brass who are determining this, or is it the public?

Mr. McEwen: What we try to do as the public broadcaster is reflect a sense of a people, their standards, and their views, and their cultures. If we do that well, then that creates a resonance among them that affirms both their sense of ourselves as a communicator but also their sense of themselves as a people.

Mr. Gallaway: Last week when you were here you talked about 10¢ per Canadian, and I think it was also mentioned earlier today. That's 10¢ for every man, woman and child. I know you've done a lot of measuring of numbers of people who may be watching or listening. What would that 10¢ actually translate into per listener or viewer as opposed to per Canadian?

Mr. Cotsman: You will recall you got a fairly good exposé on measures of shares and reach and all of that. I think reach was being quoted at 80%. In other words, there were 80% of Canadians at one time or another within the given time period who were looking at the CBC. I suppose if you just wanted to do that mathematically you could say instead of 10¢ it is five–fourths. If I'm quick about it, that's—

[*Translation*]

je pourrais en citer bien d'autres. Ce sont des histoires authentiquement canadienne, dont le cadre de référence et canadien. Les autres chaînes font un ou deux feuilletons, et cela ne fait pas partie de leur programmation normale.

Près de 85 ou 86 p. 100 des émissions de la télévision anglaise de cet automne sont des émissions dramatiques canadiennes, des émissions de variétés canadiennes, des émissions sur les sciences humaines, les arts et la formation au Canada, et des émissions pour les enfants. Le secteur privé n'aura, aux heures de grande écoute, que 20 p. 100 de programmes canadiens et 80 p. 100 de programmes américains, pour la plupart diffusés simultanément. Voilà la différence.

M. Gallaway: Voulez–vous dire que la différence entre la SRC et les autres diffuseurs canadiens vient de la quantité d'émissions canadiennes diffusées? À moins qu'elle ne soit due à la nature de la programmation?

M. McEwen: Il y a tout d'abord la diversité, le vaste éventail d'émissions, c'est pourquoi j'ai dit que le mandat était tout à fait satisfaisant. Il nous permet de diffuser un très large éventail d'émissions. Voilà la différence.

Il y a ensuite l'établissement de normes de qualité; je parle pas uniquement de qualité d'écriture, de prestation ou de présentation, mais de qualité pour ce qui est de la façon dont nous nous comprenons, dont nous nous voyons et dont nous contribuons à notre propre bien–être. Nous avons des normes qui sont d'une importance fondamentale pour le système canadien de diffusion. Il nous faut nous appuyer sur certaines normes et je crois que la loi envisage que la SRC joue un rôle prédominant en la matière.

M. Gallaway: Qu'est–ce qui, à votre avis, détermine ces normes? Est–ce le public canadien ou la SRC? Nous parlons ici de différences culturelles. Nous parlons de ce qui est distinctement canadien. Est–ce que se sont les hauts responsables de la SRC qui en décident, ou est–ce le public?

M. McEwen: Nous essayons, en tant que diffuseur public, de refléter un peuple, ses normes, ses opinions et ses cultures. Si nous le faisons bien, cela a une résonnance au sein de la population qui confirme à la fois notre propre identité en tant que communicateur, mais aussi l'identité du public en tant que peuple.

M. Gallaway: Lors de votre passage la semaine dernière, vous avez parlé de 10c. pour chaque Canadien; je crois que vous l'avez également répété aujourd'hui. Cela veut dire 10c. pour chaque homme, chaque femme et chaque enfant. Je sais que vous avez fait toutes sortes de mesures pour savoir combien de personnes regardent la télévision ou écoutent la radio. Que donnerait ce chiffre 10 pour chaque auditeur ou pour chaque téléspectateur plutôt que pour chaque Canadien?

M. Cotsman: Vous vous souviendrez que nous vous avons fait un assez bon exposé sur l'importance des différentes parts d'auditoire et sur le nombre des auditeurs réels, etc. Je crois que le nombre cité pour les auditeurs réels était de 80 p. 100. Autrement dit, 80 p. 100 des Canadiens, à un moment ou à un autre au cours d'une période donnée, regardaient la SRC. Pour voir les choses sous un angle mathématique, je crois qu'on pourrait dire qu'au lieu de 10c. il s'agit de cinq–quarts. Si j'essaie de calculer rapidement, cela fait. . .

[*Texte*]

Mr. Gallaway: It's 12.5¢?

Mr. McEwen: Yes, something like that.

Mr. Gallaway: I'll ask one final very quick question. It's following up something that Madam Tremblay alluded to, and that is the Toronto broadcast centre. This is only my impression of what was said, but you noted that a number of layers of bureaucracy and government approved this transaction as it proceeded.

What was the difference between the original estimates and the final cost in terms of construction of that building? That's a number you must have.

• 1730

Mr. Cotsman: The public number—and not only public, but the number we've been held accountable for inside of government—was that the net cost of that building would be $381 million. That included both the cost of it and the interest costs until completion of the building, offset by certain revenues on the site to that point.

What we've shown in this annual report is that we've currently got it booked at $435 million. So I would say that's the comparative number.

Two major items might allow us to come back closer to the original budget of $381 million, one being the fact that Bramalea, who was originally one of the players on the site, the developer on the site, had to pull out because of its financial difficulties. We negotiated a settlement with them that included us being given a number of their shares. We're still holding quite a few of their shares.

Some hon. members: Oh, oh!

Mr. Cotsman: They do have a value. Ultimately, we will dispose of those shares and they will be used to offset the cost.

The bigger and more important one is the fact that in our negotiations we ended up back with our rights; we ended up back with the land, unlike many other situations in Toronto these days. So we've got those rights. We've got that piece of land that can be remarketed. Obviously we're not putting it on the market today, because the real estate market in Toronto is not that strong. But we're hopeful that within a reasonable period we'll be able to remarket it. When we do so, those funds will be applied to reduce the outstanding obligation.

The bottom line is that we have a good chance of coming back reasonably close, if not hitting the original budget figure.

Mr. Gallaway: What is the role of Cadillac–Fairview in it?

[*Traduction*]

M. Gallaway: Est–ce que c'est 12,5c.?

M. McEwen: Oui, quelque chose comme ça.

M. Gallaway: Je vais vous poser une dernière question très brève. Elle revient sur une allusion de M^me^ Tremblay: il s'agit du Centre de radio diffusion de Toronto. J'ai cru comprendre que plusieurs échelons de la bureaucratie et du gouvernement ont approuvé cette transaction lorsqu'elle était en cours.

Quelle différence y a–t–il entre le devis original et le coût final de la construction de ce bâtiment? Vous devez avoir ce chiffre.

M. Cotsman: Le chiffre communiqué au public—et il s'agit, en effet, du chiffre officiel et pour lequel nous sommes responsables devant le gouvernement—était le suivant: le coût net du Centre devait se chiffrer à 381 millions de dollars. Cette somme comprenait le coût du Centre proprement dit et les intérêts à payer jusqu'à ce que l'a construction soit terminée, même si cette somme était contrebalancée jusqu'à un certain point par les revenus que touchait la Société dans ces mêmes locaux.

Ce que nous indiquons dans notre rapport annuel, c'est que le chiffre actuellement inscrit dans nos livres comptables est de 435 millions de dollars. Donc, si vous voulez faire des comparaison, c'est ce chiffre–là que vous devez utiliser.

Il y a deux autres éléments importants qui pourraient nous permettre de nous rapprocher de nouveau du budget fixé à l'origine, soit 381 millions de dollars, dont le fait que Bramalea, qui était l'un des principaux intervenants à l'origine—c'était le promoteur du site en question—a dû se retirer du projet en raison de difficultés financières. Nous avons donc négocié une entente qui nous accordait, entre autres, un certain nombre de ses actions. Nous possédons encore bon nombre d'actions de la compagnie en question.

Des voix: Oh, oh!

M. Cotsman: Je m'empresse de vous dire que ces actions ont une valeur. Par la suite, nous allons les vendre et le produit de cette vente permettra de contrebalancer le coût du Centre.

L'autre élément, qui est encore plus important, c'est qu'à l'issue de nos négociations, nous possédions de nouveau tous nos droits; c'est–à–dire que nous avons récupéré le terrain, alors que ce genre de chose est plutôt rare à Toronto en ce moment. Donc, nous possédons encore tous nos droits, et nous avons également un terrain que nous pouvons revendre. Nous n'avons évidemment pas l'intention de le mettre en vente tout de suite, puisque le marché immobilier torontois n'est pas très vigoureux actuellement. Nous espérons toutefois que d'ici quelque temps, nous pourrons effectivement le revendre. À ce moment–là, les fonds en question permettront de réduire notre dette.

Bref, même si nous n'allons pas nécessairement l'atteindre, il est fort possible que nous nous rapprochions beaucoup du premier chiffre fixé pour le Centre de radiodiffusion.

M. Gallaway: Et quel est le rôle de Cadillac Fairview dans tout cela?

[*Text*]

Mr. Cotsman: Cadillac–Fairview's role is in two parts. They're still the landlord of our building, the CBC building. They're the owner; we have a lease with them. Secondly, they still are a player on two other plots of land in the area. On one of them a building is going up, the Workers' Compensation building. We're grateful that they've found something there. There is also what's called phase two. There's another plot of land that's available for another office tower. Cadillac–Fairview is still a partial owner of those rights.

The Chairman: We look forward to that detail. We can only hope that you don't have any pre–revolutionary Russian czarist bonds in your portfolio that you're counting on eventually cashing in.

I'm going to do alternates. I'll go back to Madam Tremblay, then over to Mrs. Brown, then back to Simon.

Mme Tremblay: Je voudrais juste ajouter un détail. Je voudrais bien comprendre comment vous pouvez être propriétaire d'un terrain qui vous a coûté 19 millions de dollars et que Cadillac Fairview soit propriétaire de l'édifice qui est sur votre terrain. Cela dépasse mon entendement. Je ne veux pas de réponse maintenant parce que cela nous mènerait dans une grande affaire trop compliquée, mais. . .

Le président: Cela fait partie de la réponse écrite peut–être?

Mme Tremblay: Dans la réponse écrite, je veux qu'on me mette cela en clair: comment on peut faire construire un édifice par Cadillac Fairview sur un terrain qui nous appartient et qu'on ait à payer pendant 30 ans Cadillac Fairview pour tous les risques, et payer tous les intérêts également? À cette date monsieur, si je regarde tous les chiffres, cela vous a coûté quatre fois plus cher que ce que vous dites.

Ce n'est pas 380 millions que cela vous a coûté. C'est un milliard 503 millions de dollars. Vous avez un milliard d'intérêts!

Le président: Ce n'est pas une question.

Mme Tremblay: Non, ce n'est pas une question. Une étude a été faite en 1987, et elle doit bien être archivée quelque part à Radio–Canada. Le groupe de travail qui a fait cette étude avait essayé de savoir ce qui se passait au niveau du personnel. À ce moment–là, on avait découvert qu'il y avait plus de 2 700 personnes appartenant au personnel administratif de la SRC. Cela comprenait 2 400 comptables et commis, ingénieurs, cadres, informaticiens, avocats. Trois cent vingt personnes s'occupaient de communication et de relations publiques, etc. Ce qui faisait au total 25 p. 100 du personnel de la SRC dépendant sans doute d'un vice–président qui était peut–être vous, je ne sais pas. C'était peut–être M. Manera.

Bref! Il y avait 25 p. 100 du personnel qui était non productif. Je ne le dis pas de façon péjorative, mais je le dis au sens où ils ne contribuaient pas à la production de programmes de Radio–Canada. Il y avait donc beaucoup de monde. Quatre–cent cinquante personnes, je pense, à la paye. C'était assez astronomique.

[*Translation*]

M. Cotsman: Eh bien, la compagnie Cadillac Fairview joue un rôle double: elle continue d'être propriétaire de notre immeuble, c'est–à–dire de l'immeuble de Radio–Canada. L'immeuble lui appartient, et nous avons encore un bail. Deuxièmement, elle a des intérêts dans deux autres parcelles de terrain situées dans le même secteur. Sur l'une d'entre elles, un immeuble destiné à la Commission des accidents du travail est actuellement en voie de construction. Nous lui sommes très reconnaissants d'avoir réussi à trouver quelque chose pour ce terrain. Il y a également ce qu'on appelle la phase II. C'est–à–dire qu'il existe une autre parcelle de terrain sur laquelle on pourra construire un immeuble à bureaux. Cadillac Fairview est propriétaire d'une partie des droits.

Le président: Nous attendrons donc votre explication détaillée à ce sujet. Nous osons espérer que votre portefeuille ne comprend pas d'obligations émises par le tsar de la Russie avant la Révolution, que vous envisageriez de vendre un jour.

Je vais maintenant alterner entre les différents partis. Je donnerai d'abord la parole à madame Tremblay, ensuite à madame Brown, et enfin à Simon.

Mrs. Tremblay: There is just one detail I would like clarified. I would like someone to explain how you can be the owner of a piece of land that cost you 19 million dollars when Cadillac Fairview owns the building that is on your land. I have to admit it's beyond me. I don't want you to give me an answer now, because it would lead us into a long complicated discussion, but. . .

The Chairman: You would like the Corporation to address that issue in its response?

Mrs. Tremblay: In its written response, I would ask that the Corporation clarify this specific point, namely how we can have a building put up by Cadillac Fairview on a piece of land that belongs to us, and still have to pay Cadillac Fairview for 30 years for all the risks involved, and pay interest on top of that? To date, Sir, the figures I have tell me that it has cost you four times more than the number you have given us.

Rather than 380 million dollars, this project has cost you 503 billion dollars. That's a billion dollars worth of interest!

The Chairman: I'm afraid that is not a question.

Mrs. Tremblay: No, it is not. A study was conducted back in 1987, and I am sure it is filed on a shelf somewhere at CBC. The task force that undertook the study was trying to get an idea of what the staff situation was. At the time, it was discovered that the CBC's administrative staff numbered more than 2,700. That figure included 2,400 accountants and clerks, engineers, managers, computer specialists and lawyers. There were a further 320 people responsible for communications, public relations, and so forth. In other words, 25% of all CBC staff reported to a vice–president — indeed — it may even have been you. Or perhaps it was Mr. Manera.

In short, 25% of CBC's staff was non productive; by that, I do not mean to say they did nothing, but only that they did not contribute to program production within the Corporation. So, staff numbers were quite high. I believe there were some 450 people looking after the payroll. In any case, they were very high.

[*Texte*]

D'autre part, d'après le tableau que vous nous présentez à la page 20, je vais vous poser une question à laquelle je ne pense pas que vous me donnerez de réponse aujourd'hui, parce que je vais essayer d'être aussi complexe que vous l'êtes dans la présentation de vos rapports. Vous aviez 11 500 employés en 1984–1985, et il ne vous en reste que 9 117. Nous savons qu'il y avait deux vice–présidents et qu'il n'y en a plus qu'un maintenant. C'est déjà un progrès.

Maintenant, j'aimerais que vous me fassiez une comparaison. Combien y avait–il de personnel, et combien en reste–t–il? Le personnel mis à pied était–il du personnel productif ou du personnel administratif? Je voudrais le savoir en détail. Combien y avait–il d'hommes? Combien y avait–il de femmes, etc? Dans quels services étaient–ils? Ces statistiques doivent exister, et il me semble important que l'on sache qui paie la note quand on coupe quelque part à Radio–Canada en plus de l'Est du Québec?

The Chairman: Understanding that's a detailed question, can you give us at least the outline of an answer in just a couple of sentences?

Mr. Cotsman: Mr. Chairman, I'd like to take note of that detailed one. But I would like to come back on the record about the point where I said $381 million but the cost of the broadcast centre is $1.7 billion. I think this is a very important point. I would like to take one minute.

Perhaps I could use an analogy. The difference between the two is the same thing as asking you how much your house cost. Normally if you bought a house for $100,000 and I asked you how much it cost, you would have a choice. You could say to me it cost $100,000, or it cost all the payments I'm going to make for the next 30 years. . .and add them all up. If you did that, you'd come up with a number that's far higher than $100,000. You might come up with $300,000 or $400,000, depending on the interest rate you're paying on that mortgage.

That's the analogy here. We're paying a lease. After the term of the lease, at the end of the period, we're going to own the building. That is the way it works.

Mme Tremblay: Mais pourquoi n'êtes–vous pas propriétaire tout de suite? Pourquoi est–ce Cadillac Fairview?

Mr. Cotsman: No, we're not the owners right now.

M. Pineau: Parce que, madame, le gouvernement ne pouvait nous fournir la somme nécessaire pour construire le building nous–mêmes. On a trouvé d'autres méthodes de financement. Cela se passe de la même façon quand vous achetez une maison et que vous n'avez pas tout ce qu'il faut. Vous mettez un paiement de base et ensuite vous allez faire un emprunt à la banque. C'est exactement la la même chose.

Mme Tremblay: Pourquoi n'êtes–vous pas allés à la banque? Pourquoi êtes–vous allés à Cadillac Fairview? Cadillac Fairview est une banque?

[*Traduction*]

• 1735

Also, you have given us a table on page 20 which will be the basis for my next question; I do not expect you to give me an answer to it today, especially since I'm going to try and make it as complicated as you have made your reports. In 1984–85, you had 11,500 employees, and yet you now have only 9,117. We know that there used to be two vice–presidents, and that now there is only one. So, some progress has been made.

What I would like is a comparison. How many people were on staff, and how many remain on staff? Were the laid off employees part of the production staff or the administrative staff? I would like all the details. How many male employees were there? How many female employees, and so on? What units did they work for? I am sure you have all those figures, and I think it's important that we know who, in addition to Eastern Quebec, is paying for cuts at the CBC?

Le président: Je sais qu'on vient de vous poser une question très détaillée, mais je me demande si vous ne pourriez pas nous donner au moins les grandes lignes d'une réponse en quelques phrases. C'est possible?

M. Cotsman: Monsieur le président, je voudrais prendre bonne note de cette question détaillée. Mais je me dois aussi d'insister sur mes propos de toute à l'heure au sujet de 381 millions de dollars, par rapport au coût global du Centre de radiodiffusion de 1,7 milliards de dollars. Comme c'est un point très important, je voudrais prendre une minute pour essayer de vous expliquer la situation.

Peut–être pourrais–je vous faire l'analogie suivante: la différence entre ces deux chiffres est la même différence qui existe quand on vous demande combien vous a coûté votre maison. Si vous aviez acheté une maison à 100 000$, et que je vous demandais combien vous l'avez payée, vous auriez le choix entre deux réponses. Vous pourriez me dire qu'elle vous a coûté 100 000$, ou vous pourriez faire le calcul de tous les versements hypothécaires que vous allez faire pendant les 30 prochaines années. Dans ce cas–là, vous obtiendriez un chiffre bien supérieur à 100 000$. Ce chiffre serait peut–être 300 000$ ou 400 000$, selon le taux d'intérêt que vous payez actuellement pour votre hypothèque.

Voilà donc l'analogie que je voulais vous faire. À l'heure actuelle, nous payons un loyer. À l'expiration du bail, c'est–à–dire à la fin de la période en question, nous serons propriétaires de l'immeuble. Voilà comment fonctionne ce système.

Mrs. Tremblay: But why do you not own the building now? Why does Cadillac Fairview still own it?

M. Cotsman: Pour l'instant, nous ne sommes pas propriétaires.

Mr. Pineau: The answer to that, Mrs. Tremblay, is that the government could not provide us with the money we needed to build the Centre ourselves. We had to find alternative funding schemes. You would be in a similar situation if you wanted to purchase a house but did not have all the money you needed to do so. You would make a downpayment and go to the bank to borrow money. That's exactly what happened here.

Mrs. Tremblay: But why didn't you go to the bank to borrow money? Why did you deal with Cadillac Fairview? Is Cadillac Fairview a bank?

[*Text*]

M. Pineau: Madame, c'est entré dans le détail du financement. Ce sera par écrit.

Le président: Voilà de quoi répondre.

I think we'll look forward to the detailed written answers. I think perhaps as well. . .unless you want to say something very quickly about the second question, Mr. McEwen or Mr. Pineau.

M. Pineau: Très rapidement, je voudrais dire à M^me^ Tremblay que nous allons lui fournir tous les chiffres qu'elle nous demande sur les pourcentages de l'administration, et sur l'origine des différences. Je tiens à lui dire que cela fait huit ans que je suis dans les services dits administratifs. Je ne fais plus de programmes. J'en ai faits mais je n'en fais plus et je peux vous dire que durant ces huit années, il y a eu des réductions chaque année, et les services de soutien ont subi un pourcentage plus élevé en termes de réduction budgétaire et de réductions de personnel.

Il y a eu des coupures considérables dans les services administratifs. Il y a eu des mises à pied dans les services de production également. Mais cela n'a pas été que dans les services de production. . .

Le président: Je suis, hélas, obligé d'intervenir maintenant, parce que je sais que d'autres ont des questions à poser. Bonnie Brown.

Ms Brown (Oakville—Milton): Thank you very much, Mr. Chairman, and thank you for all these graphs. I love visuals. It's so much easier.

I am interested in the last one, which does this international comparison. Of course it makes the CBC look very good, but I think for our purposes and for the purposes of public education, it might be a good idea to expand this chart. For example, I'm wondering if through your international connections you can find out from these other public broadcasters what the costs per day are based upon similar criteria. Or, maybe you could just do it without even asking, if you have the total numbers and population figures and stuff. Maybe you can do it that way.

It might be interesting to find out if through this sort of recessionary period these other public broadcasters have been reducing staff, and by what percentage.

• 1740

The really interesting thing to me is what the people in the other countries are getting for those higher expenditures. For example, I wonder how this graph on English and French television services on page 8 would look if it were Japanese television services. How much are they getting in the way of news and analysis vis–à–vis drama, vis–à–vis sport?

Even within this chart for us, I'd like to draw in that other layer of thought, which is what is Canadian vis–à–vis what is imported, say under drama. I know that within the prime hours our figures are very high for Canadian–produced programs, but I'd like to know that within these categories, too.

[*Translation*]

Mr. Pineau: Mrs. Tremblay, that is part of the detailed financing arrangement. We will provide that information in written form.

The Chairman: That can be part of your answer.

Nous attendrons donc vos réponses écrites détaillées. Et je pense aussi. . . à moins que vous n'ayez un très bref commentaire à faire en réponse à la deuxième question, monsieur McEwen ou M. Pineau?

Mr. Pineau: Very quickly, I would like to say to Mrs. Tremblay that we are going to provide her with all the figures she has requested regarding percentages related to administration, and the reason for the differences. I also want her to know that I have been working in the section called Administrative Services for eight years now. I'm no longer involved in programming. I was at one time, but I now have different responsibilities, and I can tell you that in the past eight years, there have been cutbacks every single year, and that support services have suffered a higher percentage of budget and staff cutbacks.

There have been considerable cuts made to Administrative Services. But there have also been lay–offs in Production Services. My point is that Production Services are not the only ones to have been affected. . .

The Chairman: I am afraid I must interrupt you here, because I know others are anxious to ask questions. Bonnie Brown.

Mme Brown (Oakville—Milton): Merci, monsieur le président. Je voudrais remercier tous nos témoins pour tous ces graphiques. Je suis toujours ravie d'avoir des illustrations visuelles. C'est tellement plus facile.

Je m'intéresse tout particulièrement à votre dernier graphique, qui présente une comparaison internationale. Bien sûr, la SRC a l'air de très bien se débrouiller par rapport aux autres, mais pour nous aider ainsi que le public à bien comprendre la situation, il serait peut–être bon que vous étoffiez un peu plus ce tableau. Je me demande, par exemple, si vous ne pourriez pas essayer de savoir, grâce à vos contacts avec ces autres radiodiffuseurs publics, à combien se montent leurs coûts quotidiens pour des services semblables. Ou peut–être pourriez–vous le faire sans même vous adresser à eux, si vous disposez déjà de chiffres globaux et de statistiques relatives à la population. Cette information vous suffirait peut–être.

Il serait intéressant de savoir si, au cours de cette récession, d'autres radiodiffuseurs publics ont également réduit leur personnel, et dans l'affirmative, de quel pourcentage?

Ce qui m'intéresse plus particulièrement c'est de savoir ce que l'on offre au public, dans les autres pays, en échange de ces coûts supérieurs. Je me demande par exemple ce que ces graphiques concernant la télévision anglaise et française donnerait, page 8, s'il s'agissait de services de télévision japonais. C'est–à–dire quelle serait la part de l'information et de l'analyse, en comparaison des dramatiques ou du sport.

Et même en restant à l'intérieur de ce graphique, j'aimerais poser la question de savoir quelle est la part des productions canadiennes par rapport à ce qui est importé, dans la catégorie des dramatiques par exemple. Je sais qu'aux heures de grande écoute nous avons beaucoup d'émissions qui sont produites au Canada, mais j'aimerais avoir le détail à l'intérieur de ces catégories également.

[*Texte*]

Then it would be really interesting to see what's happening in Britain. How much are they doing themselves? How much is maybe ours, Australia's, or the United States'? In other words, how much are those public broadcasters allowing their citizens to speak to each other through the medium those citizens are paying for?

This might be impossible. You might not have this information. On the other hand, those public broadcasters might have been presenting this to their governments as well. It would be interesting to lay it out on a page so we could see.

The Chairman: What I would ask for, then, is perhaps an understanding that we also have another go at television on Thursday. Perhaps I'll try to elicit an impressionistic response, and a subsequent answer, if such information is available without driving you crazy.

Mr. McEwen: Okay. I know a little bit about the United Kingdom, from work there, and a little bit about France. The BBC has two television channels and four radio channels, with a local service that sometimes combines to form a fifth.

Ms Brown (Oakville—Milton): Pretty small, is it?

Mr. McEwen: Well, they serve a population geographic area that fits in the southwest corner of Alberta. With four or five good medium–wave transmitters, they can cover all of Great Britain. So their distribution costs and the cost of delivering that service. . .just their infrastructure—

Ms Brown (Oakville—Milton): Is much less.

Mr. McEwen: —technically to do that is much easier. Therefore, more of their money goes into product.

The BBC has a licence fee. That licence fee has been indexed for inflation for probably the last 20 years, but certainly the last 10. Only for one or two years during the Thatcher administration did the BBC not get its full inflation. It rolled it back, I think a couple of points each year, when inflation was running at 10% or 12%. So essentially they've had no funding reduction during this period.

They have reduced some staff over the last couple of years in a move to try to cut down the bulk of their staff and put more money directly into programming. That is appearing in initiatives such as World Service, the fifth radio channel I've talked about, and things like that.

Still, they start from a fairly comfortable base. That's the point. They've been given a very stable funding environment and encouraged within that environment to get on with the job of providing programs. The majority of their programs on both radio and television are British sourced.

Ms Brown (Oakville—Milton): Then maybe what I'm asking for isn't relevant. Is there a relevant comparison in a public broadcaster?

[*Traduction*]

Ensuite il serait très intéressant de voir ce qui se passe en Grande–Bretagne. Quelle est la part des émissions produites sur place. Quels sont leurs programmes diffusés qui viennent de chez nous, d'Australie ou des États–Unis? Autrement dit, j'aimerais savoir comment les diffuseurs publics permettent à leurs propres citoyens de s'adresser les uns aux autres par le truchement du médium pour lequel ils paient.

C'était une question à laquelle il est peut–être impossible de répondre. Vous ne disposez peut–être pas de ce type d'information. D'un autre côté, il n'est pas impossible d'imaginer que ces diffuseurs publics étrangers ont également présenté leurs statistiques à leurs gouvernements. Il serait donc intéressant de pouvoir présenter tout cela et de comparer.

Le président: Ce que je demanderais, alors, c'est que nous nous entendions peut–être pour pouvoir revenir, jeudi, sur cette question de la télévision. Je vais d'abord sonder les réactions de notre témoin, qui pourra ensuite nous répondre si ça n'est pas trop lui demander, et s'il dispose de l'information.

M. McEwen: Très bien. Je sais un peu comment ça se passe au Royaume–Uni pour y avoir travaillé, et je connais un petit peu le cas de la France également. La BBC a deux chaînes de télévision, et quatre chaînes radio, avec un service local qui de temps en temps permet d'en ajouter une cinquième.

Mme Brown (Oakville—Milton): Ça n'est pas beaucoup, n'est–ce pas?

M. McEwen: N'oubliez pas que cela correspond à une zone de peuplement équivalente à peu près au coin sud–ouest de notre Alberta. Avec quatre ou cinq bons émetteurs en moyenne on peut couvrir toute la Grande–Bretagne. Les coûts de diffusion, les coûts d'acheminement du service. . . l'infrastructure tout simplement. . .

Mme Brown (Oakville—Milton): Coûtent beaucoup moins cher.

M. McEwen: . . . techniquement c'est plus facile. Ce qui fait qu'il reste plus d'argent pour les productions.

La BBC fonctionne à partir d'une redevance qui était indexée sur l'inflation depuis probablement 20 ans; en tout cas depuis au moins 10 ans. Il n'y a eu qu'une ou deux années du gouvernement Thatcher où la BBC n'a pu obtenir le bénéfice complet de cette indexation. Mais elle a pu obtenir des reports de quelques points chaque année, lorsque l'inflation était à 10 p. 100 ou 12 p. 100. Pour l'essentiel il n'y a pas eu de réduction du financement pendant cette période.

Ces dernières années on y a opéré des compressions de personnel, dans un esprit de rationalisation et d'économie, et pour disposer de plus d'argent pour la programmation. C'est ce que l'on peut constater à propos d'initiatives telles que World Service, ou cette cinquième chaîne radio dont j'ai parlé.

Mais en gros la position de départ est assez confortable. C'est ça l'essentiel. Sur le plan du financement les choses ont toujours été stables, et la BBC est encouragée à fournir et produire des programmes. La majorité des émissions, radio et télévision, sont des productions britanniques.

Mme Brown (Oakville—Milton): Ma question n'est alors peut–être pas pertinente. Peut–on effectivement faire des comparaisons d'un diffuseur public à l'autre?

[*Text*]

Mr. McEwen: Let us think about it and see whether we can come back with something for you.

The Chairman: We have seen, as well, the response to the report of our counterparts in Britain, the Committee on National Heritage, which was in August of this year, by the government on the funding suggestion. I think we've all had that report circulated.

Mr. McEwen: That was a good report.

The Chairman: Yes.

• 1745

Mr. de Jong: I had this uneasy feeling after the last session in terms of the shower and flood of all the statistics. I had a feeling that something was missing, and I've been trying to put my finger on it.

I wonder whether you're going to supply this committee with some more information and statistics. I'd like to see the statistics broken down in terms of the viewers of the CBC by the different categories: sports, news, different types of entertainment. I think it's important for this committee to get a feeling of what kinds of programs are being watched by Canadians, what percentage of viewers tune in to watch the Olympics, sports, or the news. I have a feeling that a lot of Canadians watch the news and sports events and very little of other things. I don't know, but I think it's important for this committee to really have a grasp on that, who we are serving in terms of the Canadian population and in what categories.

The Chairman: I'd just like to intervene to remind us that is a very precise English television question and we'll have a chance to ask that. You might want to alert your colleagues and perhaps Mr. Kiefl. I don't know whether he's full of all these wonderful things. So I just raise that.

Mr. McEwen: I'll take that under notice. They'll be prepared to discuss it.

Mr. de Jong: The other thing I wanted to ask about is the relationship between the CBC and Northstar. I believe it will be called Trio soon. First of all, something that again disturbs me a bit is that the former president, Mr. Veilleux, was added to the board on October 22, 1993—that's a few days before he resigned as president—and he leaves it on February 3, 1994. This is when the CBC was as well, I suppose, negotiating with Northstar. Isn't this a conflict of interest?

Secondly, what is the relationship between the CBC and Northstar? What did public broadcasting acquire when it got 50% of the CBC's Northstar project—distribution signals, program rights, etc.? Does selling off bits and pieces of the CBC help reduce its debt? I would like some more information on the relationship between Power Corp. and the CBC.

Mr. McEwen: Can I give you a brief response now? If it doesn't satisfy, of course we can always supply more.

[*Translation*]

M. McEwen: Nous y réfléchirons, et essaierons de vous fournir l'information que vous demandez.

Le président: Nous avons vu également quelles ont été les réactions du gouvernement, sur cette question du financement, réactions à ce rapport de notre homologue en Grande–Bretagne, le Committee on National Heritage. Je crois que nous avons tous pris connaissance de ce rapport.

M. McEwen: C'est d'ailleurs un bon rapport.

Le président: Oui.

M. de Jong: J'ai été un petit peu incommodé, lors de notre dernière réunion, par cette avalanche de statistiques. J'avais en fait le sentiment qu'il y manquait quelque chose, et j'ai essayé de savoir exactement ce que c'était.

J'aimerais savoir si vous allez pouvoir fournir au Comité d'autres informations et statistiques, et notamment des ventilations de chiffres concernant les téléspectateurs de Radio–Canada, et cela par catégorie d'émission: sports, information, variétés, etc. Il est important, en effet, que le Comité sache ce que regarde les Canadiens, et comment les émissions olympiques, les sports, les informations, se partagent l'auditoire. J'ai le sentiment que beaucoup de Canadiens regardent les informations, les sports, et très peu du reste. Je ne sais pas si je me trompe, mais je crois qu'il est très important que le Comité se fasse une idée précise de ce qu'il en est, qu'il sache qui nous desservons et comment cela se répartit.

Le président: J'aimerais rapidement intervenir pour vous rappeler que nous avions une question très précise qui concernait la télévision anglaise, et sur laquelle nous reviendrons. Vous pourrez d'ailleurs en parler à vos collègues, et peut–être à M. Kiefl. Peut–être a–t–il dans son chapeau toutes ces merveilleuses réponses qu'on attend de lui. C'est tout ce que j'avais à dire.

M. McEwen: J'en prends bonne note. Et mes collègues seront prêts à en discuter avec vous.

M. de Jong: Il y avait aussi une autre question que je voulais aborder, à savoir celle des rapports entre Radio–Canada et Northstar. Si je ne me trompe cela va bientôt s'appeler Trio. Tout d'abord, il y a quelque chose qui me gêne un peu, et c'est le fait que l'ancien président, M. Veilleux, a été ajouté au conseil d'administration le 22 octobre 1993—soit quelques jours avant qu'il remette sa démission comme président—pour ensuite s'en retirer le 3 février 1994. Tout cela alors que Radio–Canada, je suppose, négocie avec Northstar. N'existe–t–il pas un petit conflit d'intérêts?

Deuxièmement, quels sont les rapports entre Radio–Canada et Northstar? À quoi, de façon précise, correspondent ces 50 p. 100 de participation de Radio–Canada au projet Northstar: s'agit–il de diffusion des signaux, de droits d'émissions, etc.? Est–ce que la vente en pièces détachées de Radio–Canada permet de réduire sa dette? J'aimerais avoir quelques renseignements sur les relations qui existent entre la Power Corporation et Radio–Canada.

M. McEwen: Est–ce que je peux d'abord vous donner une réponse brève? Si elle ne vous satisfait pas, nous pourrons compléter.

[*Texte*]

The Chairman: Go ahead.

Mr. McEwen: First of all, it's no longer Northstar. It's now Northbridge.

Mr. de Jong: Okay.

Mr. McEwen: That is the name of the company. It is a 50–50 partnership between the CBC and Power Corp. It's set up to distribute programs outside of Canada, principally on the direct–to–home satellite in the United States. Mr. Veilleux joined the board of Northbridge, as did a couple of other CBC members and a couple of members of Power Corp. management, when Northbridge was set up, as Mr. Manera now sits on the board.

The Chairman: He was a CBC representative on Northbridge.

Mr. McEwen: That's right. I don't see any conflict. That's normal when you enter into these kinds of relationships.

What Power gets is what we get out of the arrangement. We're into a venture that we hope down the road is going to net us some profits. We'll have 50% of that and they'll have 50% of that, because that's the nature of the venture.

Mr. de Jong: Would you be in a position to tell this committee exactly how much Power paid for what?

Mr. McEwen: No, I'm not in that position. That is a business relationship that I'm uncomfortable talking about publicly. Regarding the notion of payment, each partner brings something to the enterprise, so I wouldn't say somebody pays for the privilege of being with the CBC. We each bring something to the enterprise. So I would characterize it that way.

Mr. de Jong: This does disturb me a bit. I recognize what you're saying, but yet you are also a public agency. If you were a private corporation with the market forces and profit was your bottom line, then I would assume you would be making decisions in the interest of your shareholders.

• 1754

Public bodies have much larger criteria to follow and I'm afraid all too often we've seen public institutions that have privatized, and parts or the whole of the public institution have been turned over to the private sector. It's just a fire site sale. You know, it's as though they were deliberately lining the pockets of the buyers and the very wealthy.

The Chairman: Would it be helpful to simply ask this question? I don't mean to intrude but we've got to keep going here. Is this the way to describe it, or are these joint ventures? Is this part of the future strategy of the corporation, and how do we reassure Mr. de Jong on—

Mr. McEwen: It's very much a part of the future strategy. Joint ventures, strategic reliances, and relationships like this are the way we see of getting greater benefit of Canadian product, greater distribution, and putting some money and revenue back

[*Traduction*]

Le président: Allez–y.

M. McEwen: Tout d'abord ça ne s'appelle plus Northstar. Il s'agit maintenant de Northbridge.

M. de Jong: Très bien.

M. McEwen: C'est la raison sociale de la compagnie. Il s'agit d'une association à parts égales entre Radio–Canada et la Power Corporation. L'objectif est la vente d'émissions et de programmes à l'extérieur du Canada, et principalement par les services satellites de diffusion directe à domicile aux États–Unis. M. Veilleux s'est joint au conseil d'administration de Northbridge, comme d'ailleurs quelques autres personnalités de Radio–Canada et de la Power Corporation, lorsque Northbridge a été créée, exactement comme M. Manera siège maintenant au conseil d'administration.

Le président: Il représentait Radio–Canada à Northbridge.

M. McEwen: Exactement. Je ne vois donc pas de conflit d'intérêts. Dans ce genre de rapport d'affaires c'est tout à fait normal.

Ce que la Power Corporation obtient de cette entente correspond exactement à ce que nous en retirons de notre côté. Il s'agit d'une entreprise en coparticipation, dont nous espérons qu'elle nous rapportera quelque chose un jour. Nous en aurons 50 p. 100, l'autre partie en aura 50 p. 100, puisque c'est ainsi que les choses ont été conçues.

M. de Jong: Pourriez–vous dire exactement au Comité ce que la Power Corporation a payé pour cela?

M. McEwen: Non, je n'en ai pas la possibilité. Il s'agit là de relations d'affaires dont j'hésiterais à parler en public. Pour ce qui est de ce qui a pu être versé, chaque partie apporte quelque chose à l'entreprise commune, ce qui fait que quelqu'un quelque part paie le privilège de pouvoir s'associer à Radio–Canada. Chacun apporte sa part. C'est ainsi que je pourrais caractériser cette entente.

M. de Jong: Tout cela me gêne un petit peu. Je comprends votre position, mais vous êtes également un organisme public. Supposons que vous soyez une société privée, tenue de tenir compte du jeu des forces du marché, de la notion de bénéfices à dégager, vous seriez nécessairement amené à prendre des décisions en fonction des intérêts de vos actionnaires.

La liste des contraintes auxquelles les organismes publics sont assujettis est plus longue, et malheureusement nous avons trop souvent assisté à des privatisations, où l'on cédait des parties ou l'ensemble de ces organismes publics au secteur privé. Il s'agit alors de véritables braderies, qui pour l'acheteur sont de véritables aubaines, un peu comme si l'on cherchait surtout à enrichir les plus riches.

Le président: Peut–être que l'on pourrait simplement poser la question suivante. Je ne veux pas m'immiscer dans votre conversation, mais il faut avancer. Est–ce bien ainsi que cela se passe, ou s'agit–il de co–entreprises? Est–ce que cela fait partie de la stratégie qu'entend suivre la Société Radio–Canada, et comment pouvons–nous rassurer M. de Jong. . .

M. McEwen: Cela fait effectivement partie de la stratégie envisagée. Les co–entreprises, les alliances stratégiques, et les relations de ce type sont la façon dont nous comptons maximiser la rentabilité des productions canadiennes, en

[*Text*]

into not only the CBC's hands but the independent producers' hands, the private broadcasters' hands, because this becomes a vehicle for all of this product overseas. Hopefully as this money comes back in it creates more of a well of resource by which the industry can produce more Canadian product.

Just on the one point, if I may, the CBC so far has invested a value of about $1.3 million. We have not taken it out of our operational; it's part of our working capital against a project that is just now starting to go operational. So that's how much we've invested, and I feel quite comfortable disclosing that.

The Chairman: As we get into these hearings and these discussions, I suspect you'll want to be telling us about, in terms of alternative forms of financing, what this corporation is doing to increase revenue from these other sources.

Mr. McEwen: Yes, that will be a major part of our presentation.

The Chairman: I'd like, if I may, to ask a couple of very simple questions.

On the famous 10¢ per Canadian—

Mrs. Tremblay: It is 7¢ today.

The Chairman: Well, 7¢. Would it be possible for you to break that down, that 10¢, or you could make it 100%, into what part represents the costs for capital, administrative, the maintenance of facilities and systems as one set of items, and on–air creative talent, writers, performers as another—if you appreciate the distinction, if those are categories you find useful?

I want to ask Mr. Cotsman something, because he's both chief financial officer and in charge of administration. It's a very fundamental question about the way in which the CBC has been historically organized.

As I understand it, the building blocks are the stations, the television stations and the radio stations. When we talk about regional production, the production doesn't happen in ether; it happens through the facilities of those stations. That's where the activity takes place. Then we have eight regions, French and English, arbitrarily allocated for the country. Then we have, above that, as I have the organizational chart in my mind, the various services to which the stations report, presumably through the intermediary of the regions. So we've got English television, French television, English radio, Newsworld and so on. Then over and above all of that, we have Bronson Avenue here and world headquarters with 610 people or something.

Mrs. Tremblay: Nobody knows.

The Chairman: Well, whatever the numbers are there; there are fewer but still some people there. We have headquarters.

Mr. Cotsman, from a financial point of view it would seem to me you then have four essential layers. If you're a financial administrator, just in your situation, you have the station doing its thing, then somehow agglomerating to the region, somehow

[*Translation*]

accroître la diffusion, et permettre non seulement à Radio–Canada d'en profiter financièrement, mais également aux réalisateurs indépendants, aux diffuseurs privés, puisque ce genre de structure devient un véhicule de diffusion pour nos produits à l'étranger. Espérons qu'au fur et à mesure que les bénéfices seront engrangés, nous disposerons de ressources permettant à notre industrie de réaliser plus d'émissions canadiennes.

Pour revenir à l'un des aspects de votre question, si vous le permettez, disons que Radio–Canada jusqu'ici a investi environ 1,3 million de dollars. Cela n'a pas été prélevé sur notre budget de fonctionnement; cela fait partie de notre capital d'exploitation en vue de la réalisation d'un projet sur le point de devenir opérationnel. Voilà le montant que nous avons investi, et je n'ai aucune difficulté à le divulguer.

Le président: Au fur et à mesure que nos audiences progresseront et que la discussion ira en s'approfondissant, vous allez vouloir nous dire, à propos de formes alternatives de financement, ce que fait la Société Radio–Canada pour diversifier et augmenter ses recettes.

M. McEwen: Oui, cela sera une partie importante de notre témoignage.

Le président: J'aimerais moi aussi poser quelques questions très simples.

Et ces fameux 10c. par Canadien. . .

Mme Tremblay: C'est 7c. aujourd'hui.

Le président: Alors 7c.. Est–ce que vous pourriez nous en donner une ventilation, et peut–être à 100 p. 100, pour nous dire quelle est la part du coût en capital, des frais administratifs, de l'entretien des infrastructures et des systèmes d'un côté, et de l'autre le coût de la création, je pense aux comédiens, aux écrivains etc., si ce sont pour vous des catégories utiles et distinctes.

J'ai une question aussi à poser à M. Cotsman, puisqu'il est à la fois vice–président aux finances et responsable de l'administration. C'est une question fondamentale sur l'organisation traditionnelle et le fonctionnement de la société.

Si je ne me trompe, votre organisation est construite à partir de grands blocs que sont les postes et stations de télévision et de radio. Lorsque l'on parle de production régionale, celle–ci ne se fait pas dans le vide, mais bien dans les installations de ces stations. C'est là que concrètement a lieu toute cette activité de production. Ensuite il y a huit régions, comprenant le français et l'anglais, réparties de façon arbitraire dans l'ensemble du pays. Puis, au–dessus, si je me souviens bien de votre organigramme, il y a les différents services dont relèvent ces stations, et je suppose par l'intermédiaire de la région. Il y a donc la télévision en anglais, la télévision en français, la radio en anglais, Newsworld, etc. Puis, par–dessus tout cela il y a ici l'avenue Brownson, et le siège pour le monde entier avec 610 personnes environ.

Mme Tremblay: Personne n'en sait rien.

Le président: Laissons de côté cette querelle de chiffres, c'est peut–être moins mais enfin il y a du monde, et il y a les bureaux du siège.

Monsieur Cotsman, du point de vue financier il me semble qu'il y a quatre niveaux. Pour le directeur financier que vous êtes, il y a d'abord la station locale, puis la région, et ensuite le service, puis tout cela se retrouve au niveau supérieur de la

[*Texte*]

then going off to the service and then all coming together again at the top. What would happen to production, regional or national, if you simply eliminated two things—headquarters and the regions? What is it that—

Mme Tremblay: Il n'y a déjà plus de régions.

The Chairman: But there are human resource officers, there are budgets—What would happen if you simply gave each service a budget and said, okay, English television, here's your budget, you deal with the stations and put the shows on, and you cut out the regions and you cut out world headquarters? Would programming suffer, and how much money would we save?

Mr. McEwen: I think you've already made up your mind that the programming wouldn't suffer and we would save some money.

• 1755

The Chairman: I would like to hear Mr. Cotsman on this, for his enterprise—the financial administration too.

Mr. McEwen: I am not sure you would save any money.

Let me start. Then maybe Steve would like to pick up with a couple of points.

Just for the record—we might as well say it—the administrative head office functions of the CBC are a little less than 3% of our overall budget. That compares very favourably, whether it is a private or public sector organization, with an organization of the same size, complexity, diversity, and budget.

The Chairman: Is there a figure for the number of people on Bronson Avenue?

Mr. McEwen: Yes, there are 432. It used to be up close to 600. So we have reduced by somewhere between 25% and 30% on Bronson Avenue.

Now, let's talk a little about how we are organized. You are going to hear how we are organized in the regions.

We are on a production centre basis in the regions. So the region is not just English television, it is not just English radio, or French radio or French television, or Newsworld. It is all of those. When you talk about a production centre, you have a base there. It is located in a Calgary or a Quebec City or a Halifax. All of these services, to a greater or lesser extent, are part of their operation.

They are also linked with that community. So they are not just producing programs but they are relating to the communities they live in, understanding those communities, and they are organized administratively around a regional basis. They have been "leaned out" a great deal over the last few years.

For example, in most locations a regional director now is also the director of television. Five years ago that wasn't the case. Ten years ago it used to be a regional director or director of television and program director. Now it is all one person.

[*Traduction*]

direction. Qu'arriverait–il, sous l'angle de la production, régionale ou nationale, si vous éliminiez deux niveaux. . . La direction et les régions? Qu'est–ce qui. . .

Mrs. Tremblay: The regions have already disappeared.

Le président: Il y a cependant des agents des ressources humaines, il y a des budgets. . . Que se passerait–il si vous donniez à chaque service un budget, en leur disant voilà l'enveloppe pour la télévision anglaise par exemple, maintenant débrouillez–vous avec les stations et réalisez les émissions, ce qui vous permettrait de supprimer les régions et de supprimer le siège social pour le monde entier. Est–ce que la programmation en souffrirait, et quelles économies cela représenterait–il?

M. McEwen: Je crois que vous avez déjà décidé que la programmation n'en souffrirait pas et que cela nous permettrait d'économiser.

Le président: J'aimerais d'abord avoir la réponse de M. Cotsman, pour ce qui relève de ses responsabilités, et également l'administration financière.

M. McEwen: Je ne suis pas sûr que cela représente une économie.

Permettez–moi de commencer. Ensuite Steve pourra développer deux ou trois points.

Pour mémoire—il vaut autant qu'on le dise—les fonctions de siège administratif de Radio–Canada représentent un peu moins de 3 p. 100 de notre budget global. C'est un pourcentage tout à fait honorable, si nous nous comparons à d'autres organismes privés ou publics, de taille comparable, et également comparable pour ce qui est de la complexité et de la diversité des fonctions, puis du budget.

Le président: Avez–vous un chiffre pour le nombre employé qui travaillent sur l'avenue Bronson?

M. McEwen: Oui, 432. C'était proche de 600 par le passé. Cela représente donc une réduction de 25 à 30 p. 100.

Parlons un petit peu de la façon dont nous sommes organisés. Vous entendrez parler de la façon dont notre organisation fonctionne dans les régions.

Une région est conçue en fonction d'un centre de production qui en est la base. La région n'est donc pas découpée en fonction d'un réseau de télévision anglaise, française, ou d'une radio anglaise ou française, ou de Newsworld. Tous ces services font partie intégrante du centre de production, qui peut se trouver à Calgary, à Québec ou à Halifax.

Ces centres de production sont également en rapport avec une communauté desservie. Ils ne se contentent donc pas simplement de réaliser des programmes, mais ils établissent également des rapports avec les collectivités au sein desquelles ils se trouvent et qu'ils doivent comprendre, et c'est sur cette base administrative régionale qu'ils sont organisés. Il y a eu, dans les régions, depuis plusieurs années un effort énorme de rationalisation.

Dans la plupart des cas par exemple le directeur régional est également maintenant le directeur de la télévision. Il y a cinq ans ce n'était pas le cas. Il y a 10 ans il y avait un directeur régional ou un directeur de télévision et un directeur d'émissions. Toutes ces fonctions sont maintenant rassemblées sous un même chapeau.

[*Text*]

We have done a lot of that leaning out. That is number one. I think that is a bit of a myth.

A lot of negotiation goes on between the regions and the network about program time. It is not just a matter of the network calling up and saying, well, you do this—or maybe not calling up and they won't do anything. It is a matter of putting ideas forward, negotiating those ideas, and coming to some kind of agreement on program development, whether it is radio or television.

The regional structure itself, the small regional structure that operates out of Bronson to administer that, is one that doesn't decide programs. It ensures the resources are moving around in those regions to provide those program services. It also acts as a bit of a referee to ensure the regions get a fair shake in the dealing with the networks.

So that is region. We can talk more about it. It is not the only model in the world, but it is one we have evolved with to try to balance the interests.

As for the head office notion, whether or not you disband head office and sell the "Bronson bunker", as I gather it is referred to, and have a representation of a couple of floors over in one of the buildings downtown here for the president and a few corporate officers, all kinds of other functions still have to be done. That cost is going to be there; legal functions, for example, pay functions, industrial relations functions, capital planning, government and external relations—we seem to spend a lot of time with those—regulatory affairs, CRTC. All those functions have to get done.

We have tried to centralize it, streamline it, so over the course of a year the same person who works with the CRTC may be also working with Industry Canada or Heritage Canada on other projects to get some of the synergies and the flow. If you say, well, take away head office, that is fine. You could do that. But that function is then going to have to devolve down to the network, because somebody is going to have to write the CRTC hearing, or the intervention, or respond to this regulatory request, or relate to the Auditor General, or whatever.

Mr. Pineau: Or prepare for the parliamentary committee.

The Chairman: We realize we are probably chewing up a lot of Bronson Avenue as we speak.

Mr. McEwen: Anyway, that is the theory behind it. We have had a look at it, and the question in our minds is if it could save a substantial amount of money that would keep stations or programs on the air, why wouldn't you do it?

[*Translation*]

Nous avons donc rationaliser à l'extrême. C'est la première chose. Mais à mon avis on en fait un petit peu un mythe.

Il y a en effet beaucoup de négociations entre les régions et le réseau sur l'organisation du temps de diffusion et sur les émissions. Il ne s'agit pas de croire que la direction du réseau appelle en imposant ceci ou cela—ou qu'il ne se passerait rien si elle n'appelait pas. On propose des idées, on négocie ensuite sur ces idées, et on arrive ensuite à s'entendre sur la mise en place des émissions qu'il s'agisse de radio ou de télévision.

La structure régionale elle-même, la petite structure régionale qui fonctionne à partir de l'avenue Bronson pour administrer tout cela, ne décide pas des émissions. Elle veille simplement à ce que les ressources soient acheminées dans les régions pour que l'on ait effectivement une diffusion des programmes. Elle est également une espèce d'arbitre qui doit veiller à ce que les régions soient traitées de façon équitable dans leurs rapports avec les réseaux.

Voilà pour la région. Nous pourrions en parler plus. Ce n'est pas le seul modèle au monde, mais c'est celui qui nous a permis jusqu'ici de maintenir un certain équilibre entre les différents intérêts en présence.

Parlons maintenant de la direction générale. Vous pouvez vous débarrasser du siège et vendre le bunker de la rue Bronson, comme on l'appelle, et avoir un président et quelques vice-présidents installés dans quelques étages ici en ville, mais il y aura encore un certain nombre de fonctions qu'il faudra assurer. Tout cela il faudra continuer à le payer :les services juridiques, par exemple, le service de la paye, le service des relations avec le secteur privé, la planification des investissements, les relations avec le gouvernement et avec l'extérieur—cela nous demande beaucoup de temps apparemment—le problème de la réglementation, le CRTC, etc.. Tout ce travail devra continuer à être fait.

Nous avons essayé de centraliser, de rationaliser, et dans l'intervalle d'une année la même personne qui travaille avec le CRTC pourra également être en contact avec Industries Canada ou Patrimoine Canada sur certains projets, tout cela pour mieux coordonner et harmoniser les efforts. Vous pouvez évidemment nous dire débarrassez-vous de la direction générale. C'est possible. Mais ses fonctions devraient alors être confiées au niveau du réseau, parce qu'il faudra bien que quelqu'un s'occupe des audiences du CRTC, ou de telle ou telle intervention auprès du conseil, ou répondre à telle requête en matière de réglementation, il faudrait bien que quelqu'un soit en rapport avec le vérificateur général, etc..

M. Pineau: Ou prépare le mémoire à présenter au comité parlementaire.

Le président: Nous sommes probablement en train de gourmander bien du personnel de l'avenue Bronson au cours de notre conversation.

M. McEwen: Voilà en quelque sorte la position théorique. Nous nous sommes penchés sur cette question, pour conclure qu'il faut certainement décider dans ce sens si cela nous permet de faire des économies qui permettront aux stations et aux émissions de survivre.

[*Texte*]

But it doesn't save money, and you're just going to have to push it back down into the organization. It has to be done somewhere. You still have to pay people; you still have to negotiate and administer union agreements; and you still have to provide an equivalency of service and access for Canadians in all the regions and in all parts of the country. That's what the corporation is about.

The Chairman: I guess I'm just asking doesn't it get pushed down as well? That is to say, you don't go to a CRTC hearing on English television exclusively with the Bronson Avenue folk. Presumably you use some of the people from Toronto.

Mr. Pineau: May I respond to that? That's my department.

The Chairman: This is the "Abolish Pineau" movement here.

Mr. Pineau: No. It's not that I want to defend my turf. I'd be happy back in the media.

The thing is that you need a core of specialists. I'm sorry, you have no idea of the complexity of the relationship between an organization such as ours, for example, and the CRTC. Just on the questions of frequencies and licence decisions, we have to analyse all of those decisions that come out, because sometimes they make a decision about a private radio station out in the boondocks that has tremendous potential repercussions for our radio service across the country or down the road. You can't afford to have this sort of specialist in French radio and in French television, because often the issues are different.

We have one person here dealing with all the issues related to Telesat, for example, all the regulations about Telesat, about telecommunications, and all of that. There's one person in the planning department, with the help of others.

We go out to other departments, but you need a core of specialists. I'll bet you my bottom dollar that by abolishing that one function, basically you'll multiply it by four in no time flat.

The Chairman: I don't want to chew up too much time. I've overextended as it is. I also am cognizant of the fact that I've neglected Jan Brown, who should have one last question.

These are issues that I think the committee would like to pursue. Where there are common tasks for all networks—that is to say, preparation for CRTC is an activity that affects Global, CTV, and everybody else—I guess that over the course of these hearings we'd like to hear from them on the equivalent cost of these functions, understanding that there may be different levels of complexity. These are simply to put out on the table some comparative questions, where they might be fair or unfair. We'll come back to these, which will also give you a chance to respond at the various times when you will appear before us. They form part of our concern that before we look at new sources of money, we want to understand all of these structural issues. We'll come back to the regions tomorrow.

[*Traduction*]

• 1800

Mais en réalité il n'y a pas d'économie à en attendre, tout ce que vous pourrez faire ce sera renvoyer à des paliers inférieurs la responsabilité de ces tâches et fonctions. Il faut bien que ce soit fait quelque part. Il faut continuer à payer des gens, il faut continuer à négocier et à appliquer des conventions collectives, et vous devez veiller à ce qu'il y ait un service à peu près équivalent, et un accès à peu près égal pour tous les Canadiens dans toutes les régions du pays. Voilà ce que représente la Société Radio–Canada.

Le président: Je me demande si en fait de toute façon ce n'est pas ce qui se passe. Est–ce que vous ne refilez pas certaines de vos responsabilités à des niveaux inférieurs? Lorsque vous allez à une audience du CRTC concernant la télévision anglaise, il n'y a pas que du personnel de l'avenue Bronson. Je suppose qu'il y a des gens de Toronto également.

M. Pineau: Est–ce que je peux répondre à la question? Il se trouve que c'est de mon ressort.

Le président: Vous défendez votre pré carré.

M. Pineau: Non. Ce n'est pas que je veuille défendre mes intérêts, je serais tout à fait heureux de revenir dans les médias.

Le problème c'est qu'on a besoin d'un noyau de spécialistes. Vous n'avez aucune idée, permettez–moi de vous le dire, de la complexité des rapports entre notre société et le CRTC. Prenez par exemple la question des bandes de fréquences et des octrois de licences. Nous devons analyser toutes ces décisions parce que parfois le CRTC prend une décision concernant une petite station radio en rase campagne qui risque d'avoir des répercussions importantes pour tout notre service radio national, aujourd'hui ou plus tard. Et on ne peut pas avoir le même spécialiste pour s'occuper à la fois de la radio en français et de la télévision en français, car les questions qui se posent sont souvent très différentes.

Nous avons par exemple une personne affectée ici au dossier de Telesat, c'est–à–dire toute la réglementation concernant Telesat, les télécommunications et le reste. Nous avons une personne dans le département de la planification, aidée par d'autres.

Nous nous adressons à d'autres services, mais on a quand même besoin d'un noyau de spécialistes. Je suis donc prêt à parier ce que vous voulez que la suppression de cette fonction, n'aboutirait qu'à en créer quatre en rien de temps.

Le président: Je ne veux pas discuter indéfiniment. J'ai déjà plus que dépasser la limite habituelle. Je sais également que j'ai un petit peu négligé Jan Brown, qui devrait pouvoir poser une dernière question.

Je suppose que le Comité voudra continuer à creuser tous ces thèmes de réflection. Il y a des tâches dont s'acquittent tous les réseaux—ainsi la préparation à une audience du CRTC, cela concerne aussi bien Global, CTV que les autres radiotélédiffuseurs—et je suppose que nous chercherons à savoir ce qu'ils dépensent pour ce genre de travail, même s'il y a des différences dans la complexité des tâches à accomplir. Voilà donc des comparaisons qui peuvent être faites, à condition de veiller à ce qu'elles restent justes. Nous y reviendrons, ce qui vous donnera la possibilité vous aussi de répondre plus amplement à certaines de ces questions lorsque vous recomparaîtrez. Avant de chercher de nouvelles sources de financement nous voulons comprendre ces questions structurelles à fond. Et nous reviendrons demain à la question des régions.

[*Text*]

Mr. McEwen: May I make just one point, though? We'll gladly participate in that, because there's no point in being defensive if there's a better way to do it. Just do it.

The Chairman: Sure.

Mr. McEwen: Over the last couple of years, I have participated in a Newsworld licence renewal, French and English radio network licence renewals, French and English television licence renewals, specialty channel hearings, RDI and—

Mr. Pineau: Festival, showcase.

Mr. McEwen: —Festival, etc.. We're now going into the round of local and regional station television licence renewals. We're starting with the English. We'll move to the French. Then we'll start with the radio ones. Each one at the local level, at the regional level, is a separate hearing. They're not rolled into one. So when you're talking to these other groups, make sure we're comparing apples to apples.

The Chairman: Sure. I get the impression that people are overworked. People such as you fly around and do all these hearings. There might be other situations where there is duplication on the human resource side or on the financial administration side. That's why I wanted to get something from Mr. Cotsman. But we'll come back to that.

Mr. McEwen: Okay.

The Chairman: Bearing in mind that we're trying to end by 6 p.m., I've been unfair.

Jan, do you have a last question that you'd like to put to the witnesses?

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I would. It follows up a little bit on the question that you posed and the comments that were forthcoming from our witnesses here today.

Mr. Pineau, you explained that "You have no idea"—this is for example—"about the complexities between the CBC, for example, and the CRTC". One of the things I've been hammering away at since last spring is how very unforthcoming the CBC has been regarding the information that ordinary Canadians want to hear. I think you would be in much less hot water if over time you had been certainly a lot more open about your affairs. I acknowledge that it's very complex.

• 1805

I really would like you to acknowledge that comment I made, because that's going to be a consistent challenge for you during the course of this review, the fact that the public wants to know about your operations.

That leads to my question about appropriations. Looking at page 10—and thank you, Mr. Chairman, for giving me this opportunity—the CBC receives that $1 billion a year from the parliamentary appropriation, but you also receive, at least indirectly—and it's not anywhere here—revenues through Telefilm, the NFB, the NAC, and the Canada Council.

[*Translation*]

M. McEwen: Puis–je rapidement ajouter quelque chose? Nous participerons avec plaisir à la discussion car il est inutile de vouloir maintenir le statu quo s'il y a une meilleure façon de s'y prendre. Donc, n'hésitez pas.

Le président: Entendu.

M. McEwen: Depuis deux ou trois ans j'ai participé aux renouvellement de la licence de *Newsworld*, au renouvellement de la licence des réseaux radio français et anglais, même chose pour la télévision, j'ai aussi assisté à des audiences concernant les chaînes thématiques, RDI. . .

M. Pineau: Festival, Showcase.

M. McEwen: . . .oui, Festival etc.. Nous allons maintenant aborder le renouvellement des licences des stations locales et régionales de télévision. Nous commençons avec l'anglais, nous passerons ensuite au français. Ce sera ensuite le tour des stations radio. Chaque fois, au niveau local, au niveau régional, il s'agit d'une audience distincte. Ça ne se fait pas en une seule audience pour tout le monde. Lorsque vous ferez des comparaisons avec ces autres réseaux, assurez–vous que vous comparez des choses comparables.

Le président: Bien sûr. J'ai le sentiment que les gens sont surchargés de travail. Je pense à des gens comme vous qui sautent d'un avion dans l'autre pour toutes ces audiences. Mais il peut y avoir aussi des cas de double emploi, du côté des ressources humaines, et je pense aussi à l'administration financière. Voilà pourquoi je voulais interroger M. Cotsman. Mais nous y reviendrons.

M. McEwen: Très bien.

Le président: Sans oublier pas que nous voulions avoir fini à 6 heures, j'avoue ne ne pas avoir été très juste.

Jan, vous avez une dernière question à poser aux témoins?

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): J'aimerais bien. Cela fait d'ailleurs suite un peu à la question que vous avez posée, et à ce que les témoins ont répondu aujourd'hui.

Monsieur Pineau, vous avez expliqué qu'il était difficile de se faire une idée juste de la complexité des rapports entre Radio–Canada et le CRTC, par exemple. Depuis le printemps dernier je n'ai cessé de faire remarquer que Radio–Canada restait extrêmement avare d'information qui en fait intéresse tous les Canadiens. Je crois que vous auriez les coudées plus franches si vous aviez été un peu plus transparents au sujet de vos affaires. Je recourais que tout cela est très complexe.

J'aimerais que vous teniez compte de ma remarque, puisque cela va être en fait un sujet permanent de discussion entre nous, je veux parler du fait que le public veut être mis au courant de vos activités.

Cela m'amène donc à poser ma question au sujet des affectations de crédits. Si je me reporte à la page 10—et merci, monsieur le président, de m'en donner la possibilité—Radio–Canada reçoit un milliard de dollars par an, en crédits votés par le Parlement, mais vous touchez également, indirectement—et ça n'est pas inscrit ici—des recettes par le biais de Telefilm, de l'ONF, du CNA, et du Conseil des arts.

[*Texte*]

Now, you must know what those revenues are. Why wouldn't you include those kinds of figures in your source of funds? That's another example of an area where you could be more forthcoming, but you're not, and I don't know why. That's going to be a challenge for you as we go through this review, because those are the kinds of figures that I certainly want to see in here. That's part of your revenue. Don't just put it under some miscellaneous item.

Mr. Cotsman: One thing I would like to say is that I think this annual report we produced goes much farther than we've ever gone before in trying to give information. In fact, I know we put an awful lot of work into producing this, with some fear because there's enough information in here for questions that I'm sure I don't know the answer to, which is always the danger the more information you provide.

But we're very, very proud of this report. We've been getting compliments from major partners and some of the accounting firms. I would hope that as you go through it, you would find that it is in fact addressing a lot of your needs that maybe we haven't been supplying in the past. I think it's becoming a model for companies to follow.

On the question of Telefilm, the NFB, and you mentioned another one—

Mrs. Brown (Calgary Southeast): The NAC and the Canada Council.

Mr. Cotsman: —we don't receive any revenue from those organizations. I'm not familiar with all of them, but Telefilm is the easiest, I guess. There is no direct relationship between CBC and Telefilm, but there are independent producers who get a project and go around and try to find financing for that project. One of the sources they'll go to is Telefilm Canada. They can go to Telefilm if they can find a broadcaster, such as ourselves, to broadcast their show and also to put an investment into the show. So when we decide that we'll go with a given project, what we're deciding is how much money we're going to put into it.

Now, we will be aware, probably from budget sheets, how much Telefilm has put in, how much other government departments, etc., have put in. In fact, when I was preparing for this hearing, I was looking at one project out of Montreal that had over 20 sources of financing. This was a $2 million project, and it had over 20 different government departments, provincial government departments, federal, Telefilm, us. I couldn't believe the amount of work it must have taken for the producer to pull this thing together.

So, we do get that. If we added it all up, we would have a sense of how much money is being put in by other government agencies, such as Telefilm. But it's not something we keep track of in our books. The only thing we're keeping track of in our books is the amount of money we've invested with these independent producers.

Mr. Pineau: Just as we show our cost.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): So you get nothing back in revenue at all.

[*Traduction*]

Vous devez en connaître le montant. Pourquoi ne pas inscrire ce genre de sommes dans vos sources de financement? Voilà donc un exemple de plus du manque de transparence dont vous faites preuve. Je pense que vous allez être sollicité dans ce sens pendant toute la durée de cette étude, car ce sont des chiffres que j'aimerais voir figurer ici. Ils font partie de vos recettes. Ne faites pas figurer ce chiffre dans quelque rubrique obscure.

M. Cotsman: J'aimerais tout de même faire remarquer que ce rapport annuel va beaucoup plus loin que nous ne sommes jamais allés jusqu'ici en matière d'information. Je sais par ailleurs que cela a été pour nous un travail énorme, avec de surcroît la crainte que toute cette information ne suscite des questions dont je n'ai pas toujours la réponse; c'est évidemment le danger qu'accompagne tout effort d'information.

Mais nous sommes très très fiers de ce rapport. Certains de nos principaux partenaires, mais également des firmes comptables nous ont adressé des compliments. Je souhaite qu'au fur et à mesure que vous vous en servirez vous y trouverez les réponses aux questions que vous n'avez peut-être pas l'habitude de recevoir par le passé. Je crois que c'est même devenu un modèle pour diverses entreprises.

Vous avez posé une question concernant Telefilm, l'ONF, et encore un autre organisme...

Mme Brown (Calgary-Sud-Est): Le CNA et le Conseil des arts.

M. Cotsman: ...nous ne percevons aucune recettes émanant de ces organismes. Je ne les connais pas tous très bien, mais pour Telefilm la réponse est assez simple. Il n'y a aucune relation directe entre Radio-Canada et Telefilm, mais il y a des producteurs indépendants qui voudraient réaliser un projet, et qui font le tour pour chercher à faire financer le projet. Une des sources de financement sera Telefilm Canada. Les producteurs vont s'y adresser, à condition de trouver un radiotélédiffuseur, nous par exemple, prêt à diffuser leur produit et à investir dans le projet. Au moment où nous décidons que nous allons nous lancer dans un projet, nous décidons de la somme que nous allons y consacrer.

Et vous pouvez apprendre, à partir des documents du budget, quelle a été la part de Telefilm, de tel ou tel ministère etc. Lorsque je me préparais à cette réunion, j'avais sous les yeux les documents concernant un projet de Montréal faisant appel à plus de 20 sources différentes de financement. Il s'agissait d'un projet de deux millions de dollars, avec la participation de 20 organismes d'État différents, de ministères provinciaux, fédéraux, Telefilm et nous-mêmes. La quantité d'efforts que le réalisateur avait déployés pour réaliser son projet était incroyable.

Donc, cela peut arriver. Si nous faisions les additions, nous pourrions savoir combien investissent les autres organismes d'État comme Telefilm. Mais nous ne faisons pas la comptabilité de leurs investissements. La seule chose que nous suivions c'est ce que nous avons nous-mêmes investi dans les projets des réalisateurs indépendants.

M. Pineau: Exactement comme nous calculons nos coûts.

Mme Brown (Calgary-Sud-Est): Vous ne percevez donc aucune des recettes par la suite.

[*Text*]

Mr. Pineau: No, the rights are theirs.

Mr. Cotsman: On independent productions, that's usually the basis. The only reason they can get money from another source is because they have the rights.

Mr. McEwen: Just to be absolutely correct, Steve is right when we just pay a broadcast licence fee, but if we go beyond that, we can also buy an equity position in the show and share up to the amount of equity that we put into it.

The Chairman: I think that when we come back on Thursday, we'll want to explore whether you're getting the best possible deal in the after market. That's a question you might want to alert your colleagues to.

Mr. McEwen: We're quite prepared to discuss it.

The Chairman: I'll bring this to a close, because my colleagues and I have to huddle for a bit. We're about to be turfed out at 6:30 p.m.

First of all, although it's true that the parliamentary appropriation is of the order of $1 billion, if you look at other sources of revenue from the Government of Canada one way or another, including even presumably transport costs for D–Day or a whole bunch of things, there are indirect contributions, which come through Telefilm and these agencies. Whether we can ever capture those is doubtful, but at least it should be stated that it's not that the Government of Canada supports the CBC in ways other than through the direct appropriation.

• 1810

Mr. Pineau: But for the record, Mr. Godfrey, the same thing applies to private broadcasting.

The Chairman: Of course.

Mr. Pineau: We could prove to you some of those people who do Canadian content do it through entirely subsidized money; entirely. They do not put a cent of their own in it.

The Chairman: Of course that will be a line of very interesting questioning when they come before us.

Mme Tremblay: On a beaucoup parlé de mythes. Il y a un mythe sur lequel, personnellement, je voudrais avoir beaucoup d'informations, en tout cas, pour nous c'est un mythe. Il semblerait que tout est centré sur le Québec dans le secteur francophone de Radio–Canada et qu'il n'y a rien pour les francophones hors–Québec.

Seriez–vous capable de nous donner de l'information précise? Quelle proportion est dirigée vers le Québec et quelle proportion est dirigée vers l'ensemble du Canada pour le reste des communautés francophones et acadiennes?

M. Pineau: Mon collègue, Pierre Racicot, qui occupe le poste que j'occupais jusqu'à il y a deux mois pourra répondre à cette question demain.

[*Translation*]

M. Pineau: Non, les droits leur appartiennent.

M. Cotsman: Lorsqu'il s'agit de productions indépendantes c'est en général la façon de procéder. La seule raison pour laquelle ils arrivent à associer d'autres sources de financement est précisément parce qu'ils conservent les droits.

M. McEwen: Soyons précis. Steve a raison lorsque nous nous contentons de verser une redevance de diffusion; mais si nous allons plus loin, nous pouvons acheter une part de la production, et nous sommes alors copropriétaires en fonction de cette part.

Le président: Jeudi lorsque nous nous retrouverons nous allons essayer de voir si vous obtenez le meilleur retour possible sur vos investissements. Vous pourrez peut–être avertir vos collègues.

M. McEwen: Nous sommes prêts à en discuter.

Le président: J'aimerais que l'on termine. Mes collègues et moi–même allons devoir nous réunir pendant quelques instants et on va nous mettre dehors à 6h30.

Mais tout d'abord, et bien qu'il soit vrai qu'il y a une affectation de crédits parlementaires de l'ordre de un milliard de dollars, il y a pour vous par ailleurs d'autres sources de revenus au sein de l'état canadien, lorsque par exemple il faut régler la note des frais de transport du Jour J etc., et il y a des contributions indirectes d'agences telles que Telefilm par exemple. Que nous puissions en évaluer l'importance est peu probable, mais il doit être clair que le gouvernement canadien ne finance pas Radio–Canada par d'autres voies que par l'affectation directe de crédits.

M. Pineau: Mais pour mémoire, monsieur Godfrey, on peut en dire autant de la radiodiffusion privée.

Le président: C'est vrai.

M. Pineau: Nous pourrions vous prouver que certains de ceux qui respectent la règle du contenu canadien le font entièrement à partir de subventions, sans y mettre un sou de leur poche.

Le président: Voilà qui va être intéressant lorsque ces gens–là comparaîtront devant nous.

Mrs. Tremblay: Much has been said about myths, but there is one, in particular, about which I would like to have some information. In our eyes at least it is a myth. It looks as if everything, on the French speaking channel of the CBC, is aimed at Quebec and nothing is done for the French–speaking people outside Quebec.

Could you tell us more about it? What proportion of your programs goes to Quebec and what proportion to the whole of Canada, for the remain of French–speaking and Acadian communities?

Mr. Pineau: Tomorrow my colleague, Pierre Racicot, who occupies the position that was mine until two months ago, will be able to answer your question.

[*Texte*]

Mme Tremblay: Parfait.

Le président: Demain.

Thank you, everybody, for your patience, particularly in waiting for us.

We are adjourned.

[*Traduction*]

Mrs. Tremblay: Very well.

The Chairman: Tomorrow then.

Je vous remercie tous d'avoir été patients surtout lorsque vous nous attendiez.

La séance est levée.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid Port payé
Lettermail Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the Canadian Broadcasting Corporation:

Stephen Cotsman, Vice–President, Finance and Administration;
Alain Pineau, Vice–President, Planning and Regulatory Affairs;
Michael McEwen, Senior Vice–President, Media;
Don Grant, Director of Accounting Operations.

TÉMOINS

De la Société Radio–Canada:

Stephen Cotsman, Vice–président aux finances et à l'administration;
Alain Pineau, Vice–président à la planification et à la réglementation;
Michael McEwen, Premier vice–président, médias.
Don Grant, Directeur des opérations comptables.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

CA1
XC13
-C12

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 28

Wednesday, September 28, 1994

Chairperson: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 28

Le mercredi 28 septembre 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Briefing Session on the Canadian Broadcasting Corporation —Regional Services and Radio Services

CONCERNANT:

Séance d'information concernant la Société Radio–Canada —Regional Services and Radio Services

---

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

Public Archives of Toronto

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chairperson: John Godfrey

Vice–Chairs: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown
Jan Brown
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Associate Members

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidentes: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown
Jan Brown
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Membres associés

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

WEDNESDAY, SEPTEMBER 28, 1994
(34)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 3:32 o'clock p.m. this day, in Room 209, West Block, the Chairman, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Eleni Bakopanos, Bonnie Brown, Jan Brown, Roger Gallaway, John Godfrey, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Acting Members present: Christiane Gagnon for Louis Plamondon; Paul Szabo for John Cannis.

Associate Member present: Simon de Jong.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: From the Canadian Broadcasting Corporation: Alain Pineau, Vice–President, Planning and Regulatory Affairs; Michael McEwen, Senior Vice–President, Media; Harold Redekopp, Vice–President, English Radio Services; Marcel Pépin, Vice–President, French Radio Services; Pierre Racicot, Interim Associate Vice–President, Regional Broadcasting Operations; Donna Logan, Vice–President, Regional Broadcasting Operations and Media Accountability.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee received a briefing from the Canadian Broadcasting Corporation (*see Minutes of Proceedings and Evidence of Thursday, September 22, 1994, Issue No. 26*).

Michael McEwen, Donna Logan, Pierre Racicot, Harold Redekopp and Marcel Pépin made statements and, with the other witness, answered questions.

At 5:13 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE MERCREDI 28 SEPTEMBRE 1994
(34)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 15 h 32, dans la salle 209 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Eleni Bakopanos, Bonnie Brown, Jan Brown, Roger Gallaway, John Godfrey, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Membres suppléants présents: Christiane Gagnon remplace Louis Plamondon; Paul Szabo remplace John Cannis.

Membre associé présent: Simon de Jong.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: De la Société Radio–Canada: Alain Pineau, vice–président, Planification et réglementation; Michael McEwen, premier vice–président, Médias; Harold Redekopp, vice–président, Services de la radio anglaise; Marcel Pépin, vice–président, Services de la radio française; Pierre Racicot, vice–président associé intérimaire, Exploitation radio–télévision régionale; Donna Logan, vice–présidente, Responsabilité des médias et Exploitation radio–télévision régionale.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité est informé par des cadres de la Société Radio–Canada (*voir les Procès–verbaux et témoignages du jeudi 22 septembre 1994, fascicule nº 26*).

Michael McEwen, Donna Logan, Pierre Racicot, Harold Redekopp et Marcel Pépin font un exposé et, avec l'autre témoin, répondent aux questions.

À 17 h 13, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Wednesday, September 28, 1994

• 1530

The Chairman: Ladies and gentlemen, this is the third of our four initial get–togethers with the CBC. We had an overview, a first–time look at finances yesterday. Today we're going to be looking at the financial picture concerning the regions, a subject we touched on briefly yesterday. We're also going to move on to the radio service.

I'd like to welcome some newcomers amongst the witnesses, Mr. Pépin, Mr. Racicot, and Harold Redekopp from the radio service. We've had a chat with Mr. McEwen about how to proceed. I thought it best, although a little cumbersome, that we hear both presentations initially by the CBC uninterrupted by questions, so that members can pick and choose where they wish to ask their questions. I think it's more efficient than two rounds of questioning.

Bearing that in mind, we haven't had any word whether our Bloc colleagues are going to be joining us or whether they're detained. Do you know where they are?

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Suzanne actually was on the telephone in the lobby. I expect that she'll be coming.

The Chairman: We have at least one member of the opposition here, so let's go.

Mr. Michael McEwen (Senior Vice–President, Media, Canadian Broadcasting Corporation): Thank you very much, Mr. Chairman, and thank you for recognizing my colleagues.

Just for the record, sir, we have here Steve Cotsman's notes from yesterday, in both French and English. We think that they give you a lot more depth and context to the graphs. In case you didn't get your own notes we thought they might be useful for you when you're assessing this material.

In addition, we've tabled some other documents that concern today's session, plus the remarks of the vice–president. In addition, there is one document I want to draw to your attention, which we had sent to all MPs, but some said that they didn't get it. We're going to use it a little bit today. It is called "Reflecting Canada to Canadians". It was part of the CBC's repositioning strategy that came out last year. It's in both French and English.

I've asked Donna Logan and Pierre Racicot to join us first today to talk about the regional scope of our activities because we believe that they're so central to what we're all about. I don't think one can understand, much less express, that elusive thing called the Canadian identity if you don't start with the regions of the country. That's why the Broadcasting Act requires the CBC to "reflect Canada and its regions to national and regional audiences, while serving the special needs of those regions".

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mercredi 28 septembre 1994

Le président: Mesdames et messieurs, ceci est la troisième de nos quatre rencontres préalables avec les représentants de Radio–Canada. Hier, nous avons eu un premier tableau d'ensemble sur les finances générales de la société. Aujourd'hui, nous nous intéresserons plus particulièrement aux finances des régions, sujet que nous avons brièvement abordé hier. Nous parlerons aussi des services radiophoniques.

J'aimerais souhaiter la bienvenue à des nouveaux parmi nos témoins, M. Pépin, M. Racicot et Harold Redekopp pour les services radiophoniques. Nous avons discuté de la façon de procéder avec M. McEwen. J'ai pensé qu'il serait préférable, même si c'est un peu lourd, d'entendre les deux exposés sans interruption afin que les membres du comité puissent poser des questions indifféremment sur les sujets qui les intéressent le plus. Je crois que c'est plus efficace que deux tours de questions.

Ceci dit, nous ne savons pas si nos collègues du Bloc vont se joindre à nous ou s'ils sont retenus quelque part. Savez–vous où ils sont?

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Suzanne est dans le couloir au téléphone. Elle ne devrait pas tarder.

Le président: Puisqu'il y a au moins un membre de l'opposition de présent, nous pouvons commencer.

M. Michael McEwen (premier vice–président, Médias, Société Radio–Canada): Je vous remercie infiniment monsieur le président et je vous remercie d'avoir présenté mes collègues.

À titre d'information, monsieur, nous avons les notes d'hier de Steve Cotsman en français et en anglais. Nous pensons qu'elles vous permettront de beaucoup mieux comprendre les tableaux présentés hier en les remettant dans leur contexte. Au cas où vous n'auriez pas pris vous–même des notes, nous avons pensé que cela pourrait vous être utile pour analyser ces documents.

De plus, nous avons déposé d'autres documents concernant la réunion d'hier ainsi que les remarques du vice–président. De plus, il y a un document sur lequel j'aimerais attirer votre attention et que nous avions envoyé à tous les députés mais dont certains nous ont dit ne pas l'avoir reçu. Nous nous en servirons un petit peu aujourd'hui. Il est intitulé «Refléter le Canada aux Canadiens». C'était un des éléments de la stratégie de redéploiement de Radio–Canada publiée l'année dernière. Il est en français et en anglais.

J'ai demandé à Donna Logan et à Pierre Racicot de se joindre pour la première fois à notre équipe aujourd'hui pour vous parler de l'aspect régional de nos activités qui représentent un volet essentiel de notre identité. Il est tout simplement impossible de comprendre—et encore plus impossible d'exprimer—cette réalité insaisissable qu'est l'identité canadienne sans parler d'abord des régions de notre pays. C'est d'ailleurs pourquoi la Loi sur la radiodiffusion stipule que la SRC doit «refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays, tant au plan national qu'au niveau régional, tout en répondant aux besoins particuliers des régions».

[*Texte*]

When we speak of the CBC's radio and television networks some people thing that we're only talking about Toronto and Montreal. In fact the heart of the CBC is quite literally its network of regional stations and services. Every one of those stations makes an essential contribution to the strength of the whole structure, just as every region of Canada plays it unique part in the strength of the nation.

Someone once said Canada has not enough history and too much geography. Operating a national public broadcasting system in a country like ours presents a real physical challenge.

[*Traduction*]

Lorsque nous parlons des réseaux de radio et de télévision de la SRC, certains pensent que nous parlons de Montréal et de Toronto. Mais en réalité, le coeur de Radio–Canada, c'est son réseau de stations et de services régionaux. Chacune de ces stations contribue de façon essentielle à la solidité de la structure, tout comme chacune des régions du Canada joue un rôle unique au sein du pays.

Quelqu'un a dit que l'histoire du Canada est trop brève, et sa géographie, trop vaste. L'exploitation d'un système de radiodiffusion public national dans un pays comme le nôtre représente un véritable défi physique.

• 1535

We've given you a map, and this map is on the "Reflections" document. It shows our centres across the country, the 39 or 38 centres I referred to in our first session, last Thursday. What the map doesn't show, though, is the web of connections between those stations, with nine satellite transponders and dozens of land lines collecting material produced in each location, sending it back out again for broadcasts through our national and regional time–delay centres, to a total of some 1,550 transmitters. We've also given you material that breaks down transmitters into radio and television. It will give you a sense of the scope of the operations.

Nous vous avons remis une carte qui figure aussi au document intitulé «Réflexions». Cette carte indique l'emplacement de nos centres à l'échelle du pays, les 39 ou 38 centres auxquels j'ai fait allusion à ma dernière comparution, jeudi dernier. Ce que nous ne voyons pas sur cette carte, c'est le chassé–croisé de liens qui unit ces centres de production. Neuf répéteurs de satellite et des douzaines de lignes terrestres recueillent des productions réalisées dans chacune des villes et redistribuent le tout pour diffusion à 1 550 émetteurs, par l'intermédiaire de nos centres à retard nationaux et régionaux. Nous vous avons aussi remis un document comportant une ventilation des transmetteurs radio et télé. Cela vous donne une idée de l'envergure de notre système.

Our transmission system is truly a remarkable feat of engineering. There isn't another one like it in the world. It's essential, though, if we're going to remain true to the principle that all Canadians deserve equal access to their national public broadcasting service.

Notre système de transmission et de distribution est un véritable exploit d'ingénierie. Il n'en existe pas d'autre au monde comme celui–là. Mais ce système est essentiel, et nous voulons rester fidèles aux principes que tous les Canadiens méritent d'avoir accès de façon égale au service de leur radio–diffuseur public national.

Of course, Canada is much more than the land. It's communities. And the CBC is much more than bricks and mortar, stations and transmitters. It's the people who live and work in those communities. Their close, direct relationships with the people they serve ensure our programming is meaningful and relevant in meeting audience needs.

Bien entendu, le Canada est beaucoup plus qu'un territoire: c'est un ensemble de collectivités. Et la SRC est beaucoup plus que des immeubles, des stations et des émetteurs: c'est l'ensemble des personnes qui vivent et travaillent dans ces collectivités. Les liens directs et étroits que notre personnel établit avec les gens qu'ils desservent permettent d'assurer que notre programmation répond aux besoins de l'auditoire de façon significative et pertinente.

As we told you yesterday, there are just over 9,000 regular CBC employees across the country. We have supplied you with a table that shows you where those regular staff are located: almost 500 in B.C., close to 1,000 on the prairies, another 1,000 in Atlantic Canada, more than 100 in the north. Even in Ontario and Quebec, which naturally have the largest numbers, many of them are outside of the main network centres. Altogether, half our employees work somewhere other than Toronto or Montreal.

Comme nous vous le disions hier, la SRC compte un peu plus de 9 000 employés à l'échelle du pays. Nous vous avons remis un tableau indiquant le lieu de travail du personnel permanent: près de 500 personnes en Colombie–Britannique, près de 1 000 dans les Prairies ainsi que dans les Provinces de l'Atlantique, et plus de 100 dans le Nord. Même au Québec et en Ontario, où l'on retrouve naturellement les plus fortes concentrations, une grande partie du personnel travaille à l'extérieur des centres des réseaux. En tout, la moitié de notre personnel travaille ailleurs qu'à Montréal ou Toronto.

What do all those people do? They connect with their communities, and connect those communities with the rest of the country through our radio and television services. Donna and Pierre are going to tell you a little about how they do that.

Ce que font tous ces gens, c'est établir des liens avec leurs collectivités, et lier ces dernières avec le reste du pays par l'intermédiaire de nos services de radio et de télévision. Donna et Pierre vont maintenant vous expliquer comment cela se fait.

Ms Donna Logan (Vice–President, Regional Broadcasting Operations and Media Accountability, Canadian Broadcasting Corporation): When I travel across the country, I'm always struck about how highly people seem to value the CBC's

Madame Donna Logan (vice–présidente, Exploitation de la radio–télévision régionale et Responsabilité des médias, Société Radio–Canada): Lorsque je voyage d'une région à l'autre du pays, je suis toujours frappée de voir à quel point les gens

[*Text*]

presence in the communities and regions. They depend on us for local information. They count on us to seek out and expose local talent. They deeply appreciate our involvement in community activities. They tell me we are their window on the rest of the country, their chance to share with other Canadians what makes them special and how they live.

CBC radio and television respond to those needs in the regions in four different ways. First, there is the programming for local and regional audiences; second, the interregional program exchange; third, the regional contributions to the network programs; and lastly, full network programs that are produced in the regions.

The CBC operates in nine English regions and seven French regions, from British Columbia to Newfoundland to the north. I can't begin to tell you what we do in all those places in the time that's available, so I'm going to focus on just one, bearing in mind that each region is different and so is the way CBC responds to regional realities in each part of the country. I've chosen Halifax, because it's the centre of the maritime region, which includes the three provinces of Nova Scotia, New Brunswick, and Prince Edward Island.

Like all our other regions, Halifax produces local and regional programs. In radio that means morning, afternoon, and noon shows. Because we say mornings and afternoons are prime time for local radio, separate morning and afternoon shows are produced in six different locations throughout the maritime provinces. There's one *Radio Noon*, however, for all the Maritimes. It's organized in Halifax but incorporates input from all the other stations in the region.

Halifax also produces weekly regional radio performance programming, showcasing performers from throughout the Maritimes. For instance, for more than a decade we've joined forces with Canada Council and local sponsors to organize a highly successful series of annual concert tours we call "Debut Atlantic".

In television, we produce nightly supper–hour shows in Halifax, Charlottetown, and Fredericton, where as of this month we now finally own and operate our own station. Five other bureaux around the Maritimes contribute to those shows.

We've recently reintroduced late–night newscasts. This was done by redirecting resources through production efficiencies.

[*Translation*]

valorisent la présence de la SRC dans leurs collectivités et leurs régions. Les gens dépendent de nous pour l'information locale. Ils comptent sur nous pour découvrir et faire connaître les artistes locaux. Ils nous sont profondément reconnaissants pour notre participation aux activités communautaires. Et ils me disent que nous sommes pour eux une fenêtre sur le reste du pays: nous leur donnons l'occasion de partager avec les autres Canadiens ce qui les caractérise, ainsi que leur façon de vivre.

La radio et la télévision de la SRC répondent à ces besoins de quatre façons: premièrement, par une programmation destinée aux auditoires locaux et régionaux, deuxièmement, par un échange de programmation interrégional; troisièmement, par des contributions régionales aux émissions réseau et, enfin, par des émissions réseau produites dans les régions.

La SRC est présente dans sept régions francophones et neufs régions anglophones, de la Colombie–Britannique à Terre–Neuve, en passant par le Nord. Comme je ne peux pas vous décrire ce que nous faisons dans toutes ces régions, je vais vous parler d'une seule d'entre elles, sachant que chaque région est distincte et que la SRC répond de façon distincte aux réalités qui caractérisent chacune d'elles. L'établissement que j'ai choisi de vous présenter est Halifax, c'est à dire le centre de la région des Maritimes, qui regroupe trois provinces: la Nouvelle–Écosse, le Nouveau–Brunswick et l'Île–du–Prince–Édouard.

Comme toutes nos régions, celle–ci produit des émissions locales et régionales. À la radio, il s'agit d'émissions du matin, du midi et de l'après–midi. Étant donné que le matin et l'après–midi sont des périodes de grande écoute pour la radio locale, des émissions distinctes sont produites par six établissements distincts dans les Maritimes, le matin et l'après–midi. Une seule émission midi, *Radio Noon*, est produite pour toutes les provinces de cette région. Elle est coordonnée à Halifax, mais des éléments de toutes les stations de la région y sont incorporés.

Halifax produit aussi des émissions de radio hebdomadaires régionales consacrées aux arts d'interprétation, présentant des artistes venant des quatre coins des Maritimes. Par exemple, nous travaillons depuis plus de dix ans en collaboration avec le Conseil des arts du Canada et des commanditaires locaux pour organiser la série fort réussie «Début Atlantic», une série de tournées annuelles de concerts.

À la télévision, nous produisons des émissions de début de soirée à Halifax, Charlottetown et Fredericton, où nous avons notre propre station depuis le début du mois. Cinq autres bureaux dans les Maritimes participent à ces émissions.

Nous venons de relancer les bulletins de nouvelles de fin de soirée, en réorientant les ressources dégagées par certaines mesures d'efficacité prises au niveau de la production.

• 1540

Halifax also produces a weekly regional television current affairs program called *Land and Sea*. It shares program material with its counterpart in Newfoundland.

Halifax produit également une émission hebdomadaire d'actualités régionales intitulée *Land and Sea*, et partage du matériel d'émission avec la SRC à Terre–Neuve.

[*Texte*]

Without the contributions of Halifax and our other regional stations, network programs like *Morningside*, *Sunday Morning*, *The World at Six*, *Prime Time News*, and *Midday* simply could not exist. Our national news and current affairs coverage depends on the constant flow and exchange of material among the regions and between the regions and the networks.

We also showcase maritime talent on television in a new series out of Halifax, which we call *Up on the Roof*. It's one of 13 regional arts and entertainment programs we've recently introduced, many of which are also going to be broadcast on the national network.

For the networks, Halifax produces radio programs like *Weekender*, *Music Alive*, and *Jazzland*, and on television the award–winning consumer–oriented teen show *Street Cents*, the wonderful new children's program *Theodore Tugboat*, and the cutting edge satire of *This Hour Has 22 Minutes*, which is now going to move to prime time on the fall schedule. Plus there are regular inserts to *Sesame Street*, *Meeting Place*, *Country Canada*, *Mostly Music*, and a long list of other network programs.

Like many of our production centres across the country, the Halifax plant is literally operating to overflow capacity. Innovative partnerships with independent producers and funding agencies mean that for every dollar the CBC puts into these projects, it is matched by another dollar from outside.

Halifax is also one of several regional locations that make major contributions to Newsworld, in this case anchoring *The CBC Morning News* live to the nation for seven hours a day, including a two–hour segment that is seen on the main television channel in every part of the country.

We also get involved in community events and charitable endeavours like our radio food banks, Peter Gzowski's, golf tournament for literacy, and telethons like the one we do every year for the Isaac Walton Killam Hospital in Halifax.

Then there are specials. We recently celebrated 50 years of public broadcasting in Halifax with an outdoor concert on Citadel Hill. Many of the performers made the point of mentioning how much of their success they owe to support from the CBC. Just last night that concert was broadcast on all of our stations throughout the Maritimes and it will be on the national networks in the very near future.

I've only been able to scratch the surface of our involvement in just one region. We could multiply this with examples for every other part of the country. But I hope you get the picture of a CBC that is deeply involved in the communities across this country, reflecting and catalysing community life within the region, and sharing it with all Canadians.

My colleague Pierre Racicot will now tell you a little bit about how we do this in our French regions. Pierre.

M. Pierre Racicot (vice–président associé intérimaire, Exploitation radio–télévision régionale, Société Radio–Canada): Merci, Donna.

[*Traduction*]

Sans les contributions de Halifax et de nos autres stations régionales, les émissions réseau comme *Morningside*, *Sunday Morning*, *The World at Six*, *Prime Time News*, et *Midday* n'existeraient tout simplement pas. Notre couverture des nouvelles et actualités dépend du flux et de l'échange continus de matériel entre les régions et entre les régions et les réseaux.

Nous présentons aussi des artistes des Maritimes à la télévision, dans le cadre d'une nouvelle série produite à Halifax et intitulée *Up on the Roof*. Il s'agit d'une des 13 émissions régionales d'arts et de divertissement que nous avons lancées, dont plusieurs sont diffusées par le réseau.

Halifax produit pour le réseau des émissions de radio telles que *Weekender*, *Music Alive*, et *Jazzland*. À la télévision: l'émission primée *Street Cents*, destinée aux jeunes consommateurs, la merveilleuse émission pour enfants *Theodore* Tugboat, et le sommet de la satire *This Hour Has 22 Minutes*—émission qui passe bientôt au créneau de grande écoute au réseau. Sans oublier les contributions régulières à *Sesame Street*, *Meeting Place*, *Country Canada*, *Mostly Music*, et bien d'autres émissions réseau.

Comme un bon nombre de nos centres de production au pays, les installations de Halifax regorgent d'activités. En vertu de partenariats innovateurs avec des producteurs indépendants et des organismes de financement, notre investissement dans ces projets est doublé par celui d'organismes externes.

Halifax est également un des établissements régionaux qui contribuent beaucoup à Newsworld: c'est de Halifax qu'est présenté *The CBC Morning News* en direct à tout le pays, pendant sept heures tous les jours; un segment de deux heures est d'ailleurs diffusé par le service principal de télévision dans chaque coin du pays.

Nous participons aussi à des événements communautaires et à des oeuvres de charité; par exemple, des campagnes de collecte d'aliments à la radio, les tournois de golf de Peter Gzowski au profit de l'alphabétisation, et des téléthons, comme celui que nous organisons tous les ans pour l'hôpital Isaac Walton Killam à Halifax.

Il y a aussi les émissions spéciales. Récemment, nous avons eu le plaisir de célébrer les 50 ans de la radiodiffusion publique à Halifax, avec un concert public sur la Côte de la Citadelle. Bon nombre des artisans invités en ont profité pour signaler à quel point leur succès était attribuable à l'appui qu'ils ont reçu de la SRC. Le concert a été diffusé hier soir par toutes nos stations dans les Maritimes et sera bientôt diffusé par les réseaux nationaux.

Je viens de vous donner un très bref aperçu de notre rôle dans une seule région. Nous pourrions multiplier les exemples pour chaque région du pays. Mais j'espère vous avoir fait découvrir une SRC fermement ancrée dans les collectivités du pays, agissant comme catalyseur et reflet de la vie communautaire au sein des régions, pour la partager ensuite avec tous les Canadiens.

Je laisse maintenant mon collègue, Pierre Racicot, vous expliquer comment nous assumons ce rôle dans les régions francophones du pays.

Mr. Pierre Racicot (Interim Associate Vice–President, Regional Broadcasting Operations, Canadian Broadcasting Corporation): Thank you, Donna.

[*Text*]

Monsieur le président, mesdames, messieurs, comme les régions anglaises, les régions françaises offrent en radio les émissions du matin sept jours sur sept, les émissions du retour à la maison et les émissions du samedi. En télévision, elles produisent un magazine d'informations à 18h00 et, dans certains centres, des émissions d'affaires publiques et des émissions culturelles. Comme les régions anglaises, elles contribuent à la programmation du réseau et elles participent toutes à RDI.

Mes collègues, Marcel Pépin et Michel Fortin, vous en parlerons plus longuement aujourd'hui et demain. Cependant, les régions françaises diffèrent des régions anglaises de par la répartition inégale des francophones à travers le pays. Dans la majorité des provinces, les francophones vivent en milieu minoritaire, habitués à revendiquer, à lutter et à contester pour obtenir la reconnaissance de leurs droits fondamentaux. Ce sont des gens fiers, fiers de leur patrimoine, fiers de leur héritage linguistique et culturel qu'ils veulent absolument transmettre à leurs enfants.

La lutte pour les écoles de langue française le prouve. Ils comptent sur toutes leurs institutions. Ils comptent sur la Société Radio–Canada pour la préservation de leur langue et leur survie culturelle. La SRC répond à leurs attentes par son engagement constant. Elle est tellement intégrée dans la trame sociale et culturelle des francophones qu'on lui demande régulièrement de jouer un rôle de leadership pour l'avenir et le devenir de la francophonie.

• 1545

La SRC est présente dans tous les événements de la communauté. Elle en est à la fois le catalyseur et le promoteur. Elle aide à l'organisation, au recrutement des artistes et à l'animation. Elle reflète cette vitalité culturelle et artistique à son antenne et sur ses ondes. Cette année, elle participera ainsi à plus de 75 événements importants de la francophonie du pays, et je passe sous silence les plus petites manifestations culturelles.

Dans les régions, l'impact de la SRC fait bien plus loin que le rôle qui lui est assigné par la Loi sur la radiodiffusion, à savoir, et je cite:

> . . .offrir une programmation qui reflète la situation et les besoins particuliers des collectivités de langue officielle.

Dans les régions, la SRC est le moteur du développement des francophones. Elle vit en constante symbiose avec eux. Elle les consulte pour produire des émissions qui leur ressemblent et qui les rassemblent. Pour donner suite aux préoccupations exprimées hier par M. Gallaway, la Société consulte ses auditoires lors des rencontres informelles, lors de sorties d'émissions, lors de participation à des événements, par des évaluations externes d'émissions avec des groupes ciblés, par des rencontres régulières et structurées de la population en général, ou de secteurs en particulier, et tout cela dans le but d'évaluer les émissions et de connaître les besoins de nos auditoires. Ces consultations renforcent non seulement la satisfaction de l'auditoire envers la Société Radio–Canada, mais encore son allégeance et sa fidélité.

Dans l'Est du Québec, la population a demandé des nouvelles de leur monde. C'est fait. Nous diffusons simultanément deux blocs distincts de dix minutes de nouvelles, un pour la région de Québec, et l'autre pour l'Est du Québec. En Ontario, même demande. Nous avons alors intégré cinq fenêtres régionales dans le *Ce soir*.

[*Translation*]

Mr. Chairman, ladies and gentlemen, like the English regions, the French regions offer, on radio, morning programs seven days a week, afternoon rush–hour programs and Saturday programs. On television, they produce a supper–hour newscast and, in some centres, public affairs and cultural programs. Like the English regions, they contribute to network programming and they will all participate in RDI.

My colleagues, Marcel Pépin and Michel Fortin, will have more to say about this later today and tomorrow. The French regions differ, however, from the English regions in the uneven distribution of francophones throughout the country. In most of the provinces, francophones are in the minority and are accustomed to demanding, struggling and challenging to obtain recognition of their basic rights. These are proud people, proud of their heritage, proud of their language and their culture, which they wish absolutely to transmit to their children.

The struggle for French language schools is proof of this. They rely on their institutions. They rely on the Société Radio–Canada to preserve their language and to ensure their cultural survival. The SRC meets their expectations through its constant involvement. The SRC is such a closely woven part of the social and cultural fabric of francophones, that it is constantly expected to play a leadership role in the future and the development of the French–speaking community.

The SRC is involved in all community events. It is at once the catalyst and the promoter. It helps organize, recruit performers, host events. It reflects this cultural and artistic vitality on its airwaves. This year, it will take part in more than 75 of the country's major francophone events, in addition to the smaller ones.

In the regions, the SRC does much more than play the role assigned to it by the Broadcasting Act, that is, and I quote:

> offer programming reflecting the different needs and circumstances of each official language community.

In the regions, the SRC is the driving force behind francophone development. It lives in constant symbiosis with francophones. It consults them to produce programs that resemble them and assemble them. À propos of the concerns expressed yesterday by Mr. Gallaway, the SRC consults its audiences at informal meetings, on–location broadcasts and events in which it participates, through outside program evaluations with target groups, and regular, structured meetings of the general public or specialized groups, with a view to assessing programming and finding out about needs. The consultations enhance not only audience satisfaction with the SRC, but also allegiance and loyalty to it.

In Eastern Quebec, the people asked for news about their part of the world, and they got it. We now broadcast two ten–minute news blocks simultaneously, one for the Quebec City region, another for Eastern Quebec. In Ontario, the same request was made: so we inserted five regional windows in *Ce soir*.

[*Texte*]

Des jeunes francophones de l'Ontario se plaignaient de ne pas pouvoir écouter Céline Dion et Roch Voisine en français, et de ne pas connaître les interprètes québécois et francophones. Nous avons créé pour eux *Vidéoclips* qui sera également diffusée dans toutes les provinces de l'Ouest.

Les jeunes artistes amateurs du pays se plaignaient de n'avoir aucun débouché ni formation. Dans toutes les régions, nous sommes étroitement associés à des concours de musique et de chanson, tels que le Gala international de la chanson dans l'Ouest, Ontario Pop, et le Festival de la chanson de Petite Vallée, en Gaspésie.

Les francophones nous ont dit qu'ils voulaient voir à notre antenne des histoires de succès, des personnes modèles. Nous produisons des séries d'émissions de courte durée, comme les *Gens d'ici*, portraits de francophones qui ont oeuvré à leur manière pour l'épanouissement de leurs communautés.

Des exemples semblables, je pourrais vous en donner pour chacune des régions.

Toutes ces productions et toutes ces activités ne sont possibles que grâce à un engagement constant des artisans de la SRC et à leur quête quotidienne de l'excellence ainsi que par une rationalisation efficace des ressources, et une gestion saine.

Monsieur le président, je vous remercie de votre attention, et je repasse maintenant la parole à M^me^ Logan, qui vous parlera d'une autre région bien particulière.

Ms Logan: I want to say just a word about CBC North, because it is a very special region. We operate there in five locations. We broadcast to the north in English, French, and eight aboriginal languages. We have played a major role in the preservation of those languages. We produce four weekly television programs, one of which, *Focus North*, is also seen on Newsworld.

CBC provides a lifeline to isolated northern communities, linking them with one another and also with the south. We reflect the vibrant cultural life of northern Canada as well. An annual highlight is our True North concert, which is staged at a different northern location every year and broadcast coast to coast on our national radio and television networks. Several northern stars, like Susan Aglukark, got their start with us.

There is so much more I would like to tell you about how CBC is rooted in the regions of the country, and I know that you will have a lot of questions, but before we get to that I will pass it back to Michael.

Mr. McEwen: By way of introduction to our radio vice–presidents, Harold Redekopp and Marcel Pépin, I would like to quote briefly from last year's CRTC decision renewing our radio network licences to the turn of the century. I can't believe I am saying "to the turn of the century". That's a long time.

• 1550

The Commission considers that the Corporation, in a time of financial restraint and uncertainty, should be commended for the general excellence of its radio programming, which stands as a model for broadcasters in Canada and around the world.

[*Traduction*]

Young francophones in Ontario complained about not being able to listen to Céline Dion and Roch Voisine in French and not knowing about Quebec and other francophone performers. For them, we created the program *Vidéoclips*, which will also be broadcast in all the Western provinces.

The country's young amateur performers complained about not having any openings or getting any training. So in all the regions we set up music and song contests, such as the *Gala interprovincial de la chanson* in the West, *Ontario Pop* and the *Festival de la chanson de Petite Vallée* in the Gaspé peninsula.

Francophones told us they wanted to see success stories, role models on television. So we are producing series of shorts, such as *Gens d'ici*, portraits of francophones who have contributed in their way to the development of their communities.

I could give you similar examples for each of the regions.

All these productions and all these activities would not be possible without the constant involvement of the SRC craftspeople and their daily quest for excellence, as well as efficient streamlining and sound management of resources.

Mr. Chairman, I thank you for your attention; I give the floor back now to Ms. Logan who will talk to you about another very special region.

Mme Logan: J'aimerais dire un mot sur le service du Nord, qui est un région très particulière. Nous sommes présents dans cinq localités. Nous diffusons dans le Nord en français, en anglais et dans huit langues autochtones, que nous avons d'ailleurs aidé à préserver. Nous produisons quatre émissions de télévision hebdomadaires, dont une, *Focus North*, est présentée à *Newsworld.*

La SRC assure le lien entre les localités isolées du Nord, ainsi qu'entre ces localités et le Sud. Nous reflétons également la vie culturelle fort dynamique du Nord canadien. Une de nos plus célèbres émissions dans ce volet est le concert *True North*, qui a lieu chaque année dans une localité différente du Nord, et est diffusée dans tout le pays par les réseaux nationaux de radio et de télévision. C'est avec nous que plusieurs étoiles du Nord, comme Susan Aglukark, ont fait leurs débuts.

J'aurais encore bien des choses à vous dire sur la présence de la SRC dans les régions du Canada. Je sais que vous aurez de nombreuses questions à nous poser, mais je voudrais d'abord repasser la parole à Micheal.

M. McEwen: Avant de vous présenter nos vices–présidents à la radio, Harold Redekopp et Marcel Pépin, j'aimerais vous citer un court extrait de la décision qu'a rendue l'an dernier le CRTC lorsqu'il a renouvelé nos licences de radio jusqu'à la fin du siècle. J'ai du mal à croire que j'ai vraiment dit «jusqu'à la fin du siècle». La fin du siècle semble si loin.

Le CRTC considère qu'à une époque de compressions et d'incertitude financières, il faut féliciter la Société de l'excellence de sa programmation radio qui est un modèle pour les radioduffiseurs au Canada et ailleurs dans le monde.

[*Text*]

The information programming on the radio networks is profoundly and distinctively Canadian. It is a forum in which Canadians share their experiences, both at the national and regional levels. For many, the stereo services are a cultural lifeline. . .

The CBC radio networks are services upon which Canadians in every region of the country depend for programming that engages the mind and spirit.

With those words of introduction, Mr. Chairman, perhaps Harold Redekopp would like to lead off with English radio.

Mr. Harold Redekopp (Vice–President, English Radio Services, Canadian Broadcasting Corporation): Thank you, Michael.

Mr. Chairman, members of the committee, it's impossible to give you a full view of CBC English radio in just 10 minutes, so I'll try to hit on the key points. I'll focus on four main themes: first, radio's distinctiveness in terms of its programming; second, the extent to which we serve and reflect the regions; third, our efficiency; and fourth, our value to Canadians.

Perhaps I can start with a word about distinctiveness. CBC English radio is unique among Canadian radio broadcasters in several important ways. First, it is a national service rooted in the regions. It is virtually non–commercial and it is virtually 100% Canadian. It's a single, integrated service delivered on two complementary networks, which we call CBC Radio and CBC Stereo. CBC Radio offers primarily information programming with prime time devoted to local and regional shows. CBC Stereo offers primarily performance programming, classical music, drama, comedy, arts, journalism. It's a full network service with programs produced at regional centres across the country.

We do many things that other Canadian radio stations simply don't do. Only CBC Radio and CBC Stereo carry 30 hours a week of authoritative national newscasts prepared and presented by our own journalists across the country and around the globe. Only CBC Radio presents 35 hours a week of enriched current affairs and features programming, all from a uniquely Canadian perspective.

Morningside explores national and regional affairs. This week they're carrying a series on technology and how it will transform Canadians' lives.

As it Happens covers the international scene and was the first program to interview Canadian Lynn Garrison, the right–hand man to General Cédras in Haiti.

Sunday Morning presents compelling documentaries, like *Saying Goodbye to Shirley*, an Alzheimer's diary.

Ideas commissions in–depth series, like a recent four–part look at the Cairo population conference.

Quirks and Quarks explains science to the layperson with shows like *Jurassic Park—Science or Science Fiction?*.

[*Translation*]

La programmation des émissions d'information sur le réseau radio se distingue par son caractère authentiquement canadien. C'est une tribune permettant aux Canadiens de partager leurs expériences aux niveaux national et régional, puisque pour beaucoup de Canadiens, les services stéréo sont la ligne de vie culturelle.

Les réseaux radio de la Société constituent des services dont dépendent les Canadiens de toutes les régions pour l'enrichissement de leur esprit.

Après cette introduction, je demanderais à Harold Redekopp de nous présenter la radio de langue anglaise.

M. Harold Redekopp (vice–président, Services de la radio anglaise, Société Radio–Canada): Merci, monsieur McEwen.

Monsieur le président, mesdames et messieurs du comité, il est de toute évidence impossible de vous brosser en 10 minutes un tableau complet des activités de la radio anglaise de la SRC. Je ne vais donc en énumérer que quelques–uns des grands traits. Mon exposé s'articulera autour de quatre grands thèmes: le caractère distinctif de notre programmation, la mesure dans laquelle nous servons et reflétons les diverses régions du pays, notre efficacité et, enfin, la valeur que revêt notre service aux yeux de la population canadienne.

Commençons d'abord par notre caractère distinctif. La radio anglaise de la SRC est unique en son genre parmi les radiodiffuseurs canadiens par plusieurs aspects importants. C'est un service national, solidement ancré dans les régions. Près de 100 p. 100 de son contenu est canadien. Elle conserve un caractère non commercial. La radio anglaise est un seul service intégré, qui diffuse sur deux réseaux complémentaires: CBC Radio et CBC Stereo. CBC Radio offre principalement des émissions d'information, la période de pointe étant consacrée aux émissions locales et régionales. CBC Stereo offre surtout des émissions sur le divertissement: musique classique, dramatiques, comédies et journalisme artistique. Il s'agit essentiellement d'un service réseau, les émissions étant produites dans divers centres régionaux du pays.

Nous faisons beaucoup de choses que les autres stations de radio canadiennes n'offrent tout simplement pas. Seuls CBC Radio et CBC Stereo diffusent chaque semaine, à l'échelle nationale, 30 heures de bulletins de nouvelles qui font autorité, qui sont préparés et présentés par nos propres journalistes dans l'ensemble du pays et dans le monde entier. Seul CBC Radio présente 35 heures par semaine d'actualités et de topos de grande qualité offrant une perspective typiquement canadienne.

Morningside présente les questions d'intérêt national et régional: cette semaine, on y diffuse une série d'émissions sur la façon dont la technologie transformera la vie des Canadiens.

As It Happens couvre la scène internationale et a été la première émission à interviewer le Canadien Lynn Garrison, qui se trouve être le bras droit du général Cédras en Haïti.

Sunday Morning présente des documentaires percutants, par exemple *Saying Goodbye to Shirley*: an Alzheimer's diary.

Ideas commande des séries documentaires de fond, comme la série en quatre volets sur la conférence sur la population qui s'est tenue au Caire.

Quirks and Quarks explique les sciences aux non initiés, avec des émissions comme *Jurassic Park—Science or Science Fiction?*.

[*Texte*]

The Inside Track treats sports seriously with productions like *Stealing Home* about B.C.'s World War II Japanese–Canadian baseball league.

Incidentally, *Sunday Morning*, *Quirks and Quarks* and *The Inside Track* won international awards this past year.

Only CBC Radio and CBC Stereo develop and showcase original Canadian creative and performing talent. Popular stars like k.d. lang, Ashley McIsaac, Moxie Fruvous, and the Crash Test Dummies got their start on CBC Radio, as did classical luminaries like pianist Angela Hewitt, tenor Ben Heppner, and the Tafelmusik Baroque Orchestra. When they achieve world renown, like winning international competitions, making their debut at the Metropolitan Opera or signing major recording contracts, CBC Radio is there to celebrate and share their success with all Canadians.

No other radio station picks up hundreds of classical, jazz, folk and popular music concerts each year for broadcast to the nation on programs like *Mostly Music*, *Onstage*, or *Real Time*. No other station presents weekly opera productions from Canadian and international stages. Many more people hear those performances on our airwaves than could ever attend them in person.

No other station covers cultural festivals across the country. This summer alone we were at more than three dozen festivals, from the *Congrès mondial Acadian* in Moncton to the *Festival d'été* in Quebec City to the Victoria Cultural Commonwealth Festival.

No other station commisions new music, runs four talent competitions and makes its own recordings by Canadian performers in a repertoire the commercial recording industry wouldn't touch. No other station commissions and presents original radio drama, literature and comedy, from our recent adaptations of Michael Ondaatje's *In the Skin of a Lion* and *The English Patient* to the topical satire of *Double Exposure* and the *Air Farce*.

[*Traduction*]

The Inside Track jette un regard sérieux sur l'univers des sports; au nombre de ces productions figure *Stealing Home*, un reportage sur la Ligue de base–ball canado–japonaise en Colombie–Britannique durant la Seconde Guerre mondiale.

En passant, *Sunday Morning, Quirks et The Inside Track* ont remporté des prix internationaux l'an dernier.

Seuls CBC Radio et CBC Stereo offrent une vitrine aux talents authentiquement canadiens et participent à leur développement. Des vedettes populaires comme k.d. lang, Ashley McIsaac, Moxie Fruvous et les Crash Test Dummies ont fait leurs débuts à CBC Radio, tout comme des sommités classiques comme la pianiste Angela Hewitt, le ténor Ben Heppner et l'orchestre baroque Tafelmusik. Et lorsque ces artistes atteignent une renommée internationale, en remportant des concours internationaux, en faisant leurs débuts au Metropolitan Opera ou en concluant d'importants contrats d'enregistrement, la radio anglaise de la SRC est là pour célébrer et partager leurs succès avec tous les Canadiens.

Aucune autre station de radio ne présente à l'ensemble de la population des centaines de concerts de musique classique, de jazz, de folk et de musique populaire chaque année à des émissions comme *Mostly Music*, *Onstage* et *Real Time*. Aucune autre station ne présente chaque semaine des opéras produits sur des scènes canadiennes et internationales. Le nombre de personnes qui entendent ces prestations sur nos ondes est plus élevé que celui des personnes qui auraient la chance d'y assister.

Aucune autre station n'offre une couverture des festivals culturels dans l'ensemble du pays. Cet été seulement, nous avons assisté à une trentaine de festivals, du *Congrès Mondial Acadien* à Moncton au *Festival d'été de Québec*, en passant par le Festival culturel des Jeux du Commonwealth à Victoria.

Aucune autre station ne commande de nouvelles oeuvres musicales, n'organise des concours artistiques, ne bénéficie de son propre orchestre, et ne fait ses propres enregistrements d'artistes canadiens dans des domaines qui n'intéressent pas l'industrie commerciale du disque. Aucune autre station ne commande et ne présente des oeuvres documentaires et littéraires ou des comédies originales: il suffit de penser à nos adaptations présentées récemment des ouvrages de Michael Ondaatje *In the Skin of a Lion* et *The English Patient*, et de penser aux satires de faits d'actualité de *Double Exposure* et de *Air Farce*.

• 1555

We're also the only radio outlet in Canada for serious arts journalism and literary criticism, on programs like *The Arts Tonight* and *Writers and Company*. You can always tell when Peter Gzowski has interviewed authors because their books sell right across the country.

Secondly, a word about regional reflection. Only CBC Radio and CBC Stereo can reflect the regions of Canada both to themselves and to each other. No other Canadian radio broadcaster operates a national network, and no other radio

Nous sommes la seule option radiophonique offerte au journalisme artistique et à la critique littéraire au Canada, dans le cadre d'émissions comme *The Arts Tonight* et *Writers and Company*. Dès qu'un auteur canadien est interviewé sur nos ondes par Peter Gzowski, on constate immédiatement une hausse des ventes de ses livres dans toutes les régions du Canada.

Deuxièmement: le reflet régional. Seuls CBC Radio et CBC Stereo peuvent refléter les régions du Canada à elles–mêmes et aux autres. Aucun autre radiodiffuseur canadien n'exploite un réseau national et aucun autre service

[*Text*]

service has a regional production presence in every part of the country. Listeners tell us that wherever they are in Canada, they feel at home because of CBC Radio. When you travel in Canada you always recognize the sound of CBC Radio.

This is not just in network time periods, but also in 45 hours a week of local and regional programming. On each of our morning, noon and afternoon shows across the country you hear communities talking about the events and issues that affect their lives. Thanks to the national news service and our internal program exchange system, those local shows include lots of national and international material as well. In fact, 60% of all air time on CBC Radio and CBC Stereo originates in the regions. Our local and regional programs are produced in 35 separate locations from Prince Rupert to Corner Brook to Iqaluit; 139 hours a week of full network shows are produced outside of Toronto. That doesn't even include the thousands of hours per year of regional contributions that are inserted into programs organized elsewhere.

Third, a word about efficiency. The CBC has a huge mandate to deliver, and radio delivers that mandate more cost–effectively than any other medium. CBC English radio costs about $150 million a year. That includes network and regional programming, production and administration, plus an allocated portion of corporate support and overhead. In other words, it includes everything from artists' fees to building, heat, light and rent. About 60% of that spending takes place in the regions to match the output. Now, $150 million sounds like a lot of money, and it is, but remember that it purchases about 70,000 hours of original, distinctive, high quality radio programming. I'd say that's good value for money, and Canadians agree.

This brings me to my fourth and final point: value to Canadians. Audience research confirms that our service is used and appreciated by a lot of people. Together CBC Radio and CBC Stereo currently attract a share of 11% of all anglophone radio listening in Canada. That's as high as the share of listening achieved by the number one private stations in major markets such as Toronto and Montreal. CBC Radio and Stereo are used by about 3.3 million Canadians each week, and those listeners are remarkably loyal.

According to BBM, we reach roughly 18% of the anglophone population of Canada in a week. Other independent studies suggest that the number of Canadians who tune in to our radio services may actually be much higher than BBM reports. For instance, a 1992 Statistics Canada survey says it's 30%. A recent annual media survey conducted by Market Facts, one of the largest polling firms in this country, says it's 43%.

[*Translation*]

radiophonique ne maintient un centre de production régional dans tous les coins du pays. Les auditeurs nous confient qu'ils se sentent chez eux où qu'ils soient au Canada, grâce à CBC Radio. En voyage, on reconnaît immédiatement CBC Radio dès qu'on l'entend.

Cela se produit non seulement dans le temps d'antenne réservé au réseau, mais également durant les 45 heures de programmation locale et régionale diffusées chaque semaine. Chaque émission de nouvelles locales—le matin, le midi et en soirée—présente le point de vue des diverses collectivités du pays sur les événements et les questions qui les intéressent. Grâce à notre service national de nouvelles et à notre système interne d'échange d'émissions, ces productions locales contiennent également de nombreux segments nationaux et internationaux. Soixante pour cent des émissions diffusées à CBC Radio et à CBC Stereo proviennent des régions. Nos émissions locales et régionales sont produites dans 35 centres différents allant de Prince Rupert à Corner Brook en passant par Iqaluit. Cent trente–neuf heures par semaine d'émissions réseau sont produites à l'extérieur de Toronto, et cela n'inclut même pas les milliers d'heures de contributions régionales produites chaque année et qui sont insérées dans des émissions montées ailleurs.

Troisièmement: l'efficacité. La SRC a un imposant mandat à remplir, et la radio s'acquitte de ce mandat de façon beaucoup plus rentable que n'importe quel autre média. La Radio anglaise de la SRC coûte environ 150 millions de dollars par an. Ce chiffre comprend la programmation réseau et régionale, la production et l'administration, plus une somme allouée aux frais de soutien et aux frais divers. Cette somme comprend tout, à partir des cachets versés aux artistes jusqu'au loyer. Environ 60 p. 100 de cette somme est dépensée dans les régions. Vous croyez peut–être que la somme de 150 millions de dollars est importante, et vous avez raison, mais rappelez–vous qu'elle sert à l'acquisition de 70 000 heures de programmation radiophonique originale, distinctive et de grande qualité. Je dirais qu'il s'agit d'un investissement rentable, et les Canadiens sont d'accord.

Cela m'amène à parler du quatrième et dernier point: la valeur que revêt notre service aux yeux de la population canadienne. Les recherches sur l'auditoire confirment que nos services sont utilisés—et appréciés—par un grand nombre de Canadiens. Globalement, CBC Radio et CBC Stereo attirent plus de 11 p. 100 des auditeurs de langue anglaise du Canada. C'est un chiffre aussi élevé que la part d'auditoire de la première station radiophonique privée dans les principaux marchés, soit Toronto et Montréal. Les services radiophoniques de CBC Radio et de CBC Stereo sont utilisés par environ 3,3 millions de Canadiens chaque semaine, et ces auditeurs sont d'une loyauté remarquable.

Selon les sondages BBM, nous rejoignons environ 18 p. 100 de la population anglophone canadienne. D'autres études indépendantes suggèrent que le nombre de Canadiens qui se tournent vers nos services radiophoniques pourraient être beaucoup plus élevé que les chiffres de BBM. Un sondage effectué en 1992 par Statistique Canada suggère que notre part d'auditoire est de 30 p. 100. Un sondage annuel des médias réalisé récemment par Market Facts, l'une des grandes maisons canadiennes de sondage, estime qu'elle est de 43 p. 100.

[*Texte*]

Our listeners like what they hear. Well over 90% of them say they are quite or very satisfied with our programming. Over 85% believe that we're doing well or very well at discharging our mandate. More than a third think the service is getting better, and most of the rest believe it's as good as it has ever been. Our programs regularly win two dozen or more major independent national and international awards each year. We attract a great deal of positive press as well. When the CRTC recently renewed our network licences, some 2,600 Canadians voluntarily took the time and trouble to write in support of our services.

The past few years, English radio has taken major steps to further improve the quality and productivity of its services. We have redeveloped our evening and weekend schedules. We have launched new programs ranging from weekend editions of *The World at Six* to high-profile performances from the Glenn Gould studio in the Canadian Broadcasting Centre. We have introduced new shows for younger listeners, like *Real Time* and *Definitely Not the Opera*, and we have taken steps to better reflect the increasingly multicultural make-up of Canadian society. We've become more accountable to our listeners. This fall we're introducing a new show specifically designed to respond on air to listeners' comments and concerns.

All of these improvements and accomplishments were achieved through internal redirection at the same time as we were participating in corporate downsizing initiatives. We are using our production resources more efficiently. We are introducing new digital technology like desktop radio to further enhance program quality and reduce the cost of programs. We're forming strategic alliances with other organizations in the public and private sectors. We're becoming more entrepreneurial, selling CBC records, tapes, and transcripts of our programs and renting our facilities to others.

• 1600

One of the satisfactions of this job is to read the mail, and I get a lot of supportive mail from devoted listeners. I've given you a copy of one of those letters, a letter from Irene Howard of Vancouver. I hope you're going to have a chance to read it, because I think it describes the range and value of our services much more eloquently than I could do.

Our challenge is to be worthy of the trust the listeners place in us. We intend to build on the historical strengths of CBC English radio—its quality, distinctiveness, and regional routes.

Now my colleague, Marcel Pépin, is going to tell you about the CBC French radio services. Marcel.

[*Traduction*]

Nos auditeurs aiment ce qu'ils entendent. Plus de 90 p. 100 d'entre eux déclarent qu'ils sont assez ou très satisfaits de notre programmation. Plus de 85 p. 100 estiment que nous nous acquittons bien ou très bien de notre mandat. Plus du tiers jugent que nos services s'améliorent, et près des deux tiers qui restent sont d'avis que nos services sont à leur meilleur. Chaque année, nos émissions remportent régulièrement une vingtaine de prix prestigieux, décernés par des organismes indépendants à l'échelle nationale et internationale. Elles bénéficient d'une excellente couverture dans la presse. Lorsque le CRTC a renouvelé récemment les licences pour nos réseaux, environ 2 600 Canadiens ont pris le temps et la peine d'écrire pour appuyer nos services.

Au cours des dernières années, la radio anglaise a pris des mesures importantes pour améliorer la qualité et la rentabilité de ses services. Nous avons remanié nos grilles horaires en soirée et durant le week-end. Nous avons lancé de nouvelles émissions, allant d'éditions spéciales du week-end de notre radio journal de référence *The World at Six* aux prestations de prestige produites à partir du studio Glenn Gould du Centre canadien de radiodiffusion. Nous avons conçu de nouvelles émissions à l'intention d'auditoires plus jeunes, notamment *Real Time* et *Definitely Not the Opera*. Nous avons mis en oeuvre plusieurs initiatives visant à mieux refléter l'évolution et le visage multiculturel de la société canadienne. Nous sommes devenus plus responsables envers notre auditoire. Cet automne, nous inaugurons une nouvelle tribune téléphonique conçue spécialement pour répondre directement aux questions et inquiétudes des auditeurs.

Toutes ces améliorations et ces réalisations ont été effectuées par le biais de réaménagements internes, au même moment où nous participions à des programmes de compressions d'effectif à l'échelle de la société. Nous utilisons nos ressources de production plus efficacement. Nous sommes sur le point d'introduire la nouvelle technologie numérique, notamment la radiotique, pour améliorer encore davantage la qualité et la rentabilité de la programmation. Nous concluons des alliances stratégiques avec d'autres organismes publics et privés. Nous adoptons une approche plus entrepreneuriale, comme en témoignent la vente des disques SRC, des bandes et transcriptions de nos émissions, et la location de nos installations à d'autres utilisateurs.

Une des grandes satisfactions que je retire de mon travail, c'est l'appui exprimé par un grand nombre de nos fidèles auditeurs dans des lettres qu'ils nous envoient. Je vous ai remis des exemplaires d'une seule de ces lettres, celle que nous a fait parvenir Irene Howard de Vancouver. J'espère que vous la lirez car elle décrit bien la gamme et la valeur de nos services de façon beaucoup plus éloquente que je ne pourrais jamais le faire.

Notre défi, c'est d'être à la hauteur de la confiance que nous accordent ces auditeurs. Nous avons l'intention de continuer de nous appuyer sur les forces historiques de la radio anglaise de la SRC: sa qualité, son caractère distinctif et ses racines régionales.

Mon collègue Marcel Pépin va maintenant vous parler des services de la radio française de la SRC.

[*Text*]

M. Marcel Pépin (vice–président, Services de la radio française, Société Radio–Canada): Monsieur le président, mesdames et messieurs les députés, permettez–moi d'abord de vous remercier de me fournir cette occasion de vous entretenir pendant quelques minutes des activités de la radio française de Radio–Canada.

Tout comme c'est le cas pour la radio anglaise, c'est grâce à la complémentarité de nos deux chaînes, AM et FM stéréo, que nous pouvons répondre aux multiples exigences d'un très vaste mandat. La programmation de notre réseau AM est bâtie, comme le dit notre slogan, pour le plaisir de découvrir. Elle est axée principalement sur l'information de services local et régional, les témoignages de vie quotidienne, les activités socio–culturelles et la musique populaire de langue française.

Celle de notre réseau FM stéréo est pour écouter la différence, comme le dit encore notre slogan. Elle est consacrée surtout à la musique classique et au jazz et plus particulièrement aux compositeurs canadiens, aux formations musicales canadiennes et à la culture sous toutes ses formes.

Nous sommes et nous voulons demeurer une radio fortement ancrée dans les régions. Une des conditions essentielles pour y arriver, c'est la diffusion d'un contenu local important. En effet, seul un enracinement dans son milieu peut assurer à une radio, qu'elle soit publique ou privée, l'attachement et la fidélité de son auditoire.

La programmation locale est donc intimement liée à la nature même du média. C'est pourquoi nous consacrons un minimum de 29 p. 100 de notre grille à la programmation locale et que cette programmation se retrouve en majorité aux heures de pointe, c'est–à–dire le matin et à l'heure du retour à la maison, ainsi que les samedis et dimanches matins. Nos auditoires locaux et régionaux peuvent donc compter sur un service fortement axé sur leur milieu et leur collectivité aux meilleures heures d'écoute.

Parce que nous sommes une radio publique, nous insistons également sur un contenu qui sache nous distinguer des autres radiodiffuseurs dont le rôle et les objectifs sont différents. La radio française est donc, à plus d'un titre, unique en son genre. Nous sommes en effet le seul radiodiffuseur publique de langue française en Amérique et, à ce titre, nous constituons une voie privilégiée de communication entre tous les francophones du pays. Nous assurons également à ces derniers un contact régulier avec la francophonie internationale.

Dans plusieurs régions, seul Radio–Canada offre une programmation locale et régionale en français. C'est le cas, par exemple, d'une émission comme *CBIF bonjour* à Vancouver, ou encore *Point de départ* à Régina.

Malgré la multiplication des sources d'information, autant sur la scène nationale qu'internationale, la radio française demeure une radio de référence en information. Cela devient de plus en plus une caractéristique importante, alors qu'un peu partout et très souvent à leur corps défendant, les stations de radio privée, à cause de la conjoncture économique, doivent se retirer progressivement du domaine de l'information.

En conséquence, nous sommes en train de devenir la principale source radiophonique alternative d'information en langue française. Nous produisons chaque semaine plus de 1 000 bulletins de nouvelles émanant de tous nos centres de production.

[*Translation*]

Mr. Marcel Pépin (Vice–President, French Radio, Canadian Broadcasting Corporation): Mr. Chairman, ladies and gentlemen, thank you for giving me this opportunity to say a few words about CBC French radio.

Like our English counterpart, CBC Radio, we have two complementary networks, that is, AM and FM stereo, and this enables us to fulfil the numerous requirements of a broad mandate. The purpose of our AM network programming is, as our slogan says, the pleasure of discovery. It features news and information, local and regional service, accounts of everyday life, sociocultural activities and French–language popular music.

The goal of our FM stereo network is, again according to our slogan, to listen to the difference. It is devoted to classical music and jazz, and more particularly, to Canadian composers, Canadian music groups and the many forms of culture.

We are and we wish to remain a radio service with strong regional roots. To achieve this, a basic condition is to broadcast considerable local content. Indeed, only its involvement in the community can guarantee a radio service, whether public of private, the loyalty of its audience.

Local programming is intimately linked to the very nature of the medium. This is why we dedicate a minimum of 29% of our schedule to local programming, and also why, on the whole, this programming is scheduled during peak listening periods, that is in the morning and late afternooon as well as on Saturday and Sunday mornings. Our local and regional audiences therefore can count on service strongly focused on their environment and their community, at the best listening times.

Because we are a public radio service, we also emphasize content that distinguishes us from private broadcasters, which have a different role and objective. In more ways than one, French radio is unique in its class. We are the only public French–language radio broadcaster in America, and this makes us a vital communications link among francophones throughout the country. We are also their regular contact with the international French–speaking community.

Furthermore, in several regions of the country, only the CBC offers local and regional programming in French—for example, in Vancouver, with programs such as *CBUF–bonjour*, or Regina, with *Point de départ*.

Despite the proliferation of sources of news and information, both national and international, French Radio continues to set the standard in the field. Actually, more and more it stands alone as nearly everywhere private radio stations, on account of the economic situation, gradually drop out of news and information.

As a result, we are becoming the sole alternative radio source of news and information in French. Each week, we produce over 1,000 newscasts all told from our production centers.

[*Texte*]

En plus de l'information brute, des commentaires et des analyses sur tous les sujets de l'actualité se retrouvent à des émissions comme celle qui est justement appelée *Les actualités* tous les soirs ou encore à *Dimanche magazine*, le dimanche matin.

• 1605

Un autre trait qui nous distingue, ce sont les émissions spécialisées dont voici quelques exemples: pour ceux qui s'intéressent aux questions économiques, il y a *Les affaires et la vie*; pour ceux qui s'intéressent aux questions scientifiques, on produit pour eux *Les années lumière*; les jeunes sont atteints via une émission qui s'appelle *275 Allo*, pour les 6 à 12 ans; sur le plan régional, nous avons une émission à l'intention des aînés qui s'appelle *La belle vie à Rimi*; et surtout, au réseau ontarien, nous avons une émission d'affaires publiques très réputée qui s'appelle *Ontario 30*.

Je pourrais ajouter d'autres exemples: au FM stéréo, *Les jeunes artistes*, par exemple, qui présente la relève musicale dans les différentes régions, ou encore *Atelier de création*, et *En scène* qui offre un accès hebdomadaire à la création théâtrale, des émissions sur l'histoire, etc.

Le soutien important que nous apportons au développement des talents canadiens dans diverses disciplines constitue également une marque de notre caractère distinctif. Je pense par ailleurs à des émissions comme *Multipistes*, à notre réseau AM, qui s'est avérée au fil des ans un tremplin pour un grand nombre d'artistes canadiens aujourd'hui reconnus internationalement.

Musique actuelle, au FM, joue un rôle similaire. Voilà l'une des rares émissions, dans l'ensemble des radios francophones, à accorder une place prépondérante aux compositeurs canadiens contemporains de musique dite sérieuse.

Je vous épargne l'énumération complète des 23 festivals avec lesquels nous coopérons, comme M. Racicot y a fait allusion plus tôt. Le contenu en musique populaire de nos émissions est également caractéristique en ce que nous ne mettons pas d'abord l'accent sur le palmarès, mais nous diffusons plutôt un choix plus éclectique, et dans le domaine de la chanson, notre contenu est francophone à 95 p. 100.

Enfin, un autre élément important qui nous distingue de l'ensemble de l'industrie est, bien sûr, notre caractère non commercial. La radio française s'est toujours assurée que sa programmation soit marquée au sceau de la qualité, de la pertinence, de la diversité et de l'innovation. La qualité de notre information, par exemple, est largement reconnue. Grâce à nos salles de nouvelles réparties dans tout le pays, nous contribuons à l'information et à la compréhension des phénomènes qui concernent tous les Canadiens, les événements et les idées qui tissent le quotidien de tous ceux qui habitent ce pays.

Nous veillons à maintenir la qualité de notre information par des moyens variés, comme l'application d'une politique journalistique vigoureuse, diverses activités de formation et une évaluation régulière et systématique des émissions.

[*Traduction*]

Besides bare news, programs such as *Les actualités* and *Dimanche magazine* feature comments on and analyses of all the topics in the news.

Another unique feature of ours is specialized programming, of which here are a few examples: for those who are interested in economic matters, there is *Les affaires et la vie*; for those who are interested in scientific matters, we produce for them *Les années-lumière*; we reach young people through a program called *Allo*, for ages 6 to 12; on the regional level, we have a program for seniors which is called *La belle vie à Rimi*; and for the Ontario network in particular, we have a very popular public affairs program called *Ontario 30*.

I could add a few more examples: on the FM stereo network, *Les jeunes artistes*, for instance, which features the new generation of musical talents in the various regions, or *Atelier de création*, and *En scène* which offer a weekly access to drama creation, programs on history, etc.

The important support that we bring to the development of Canadian talent in various fields is another aspect of our uniqueness. Here I am thinking of programs such as *Multipistes*, on our AM network, which has become over the years a springboard for a great number of Canadian artists who are recognized internationally today.

Musique actuelle, on the FM network, plays a similar role. That is one of the rare programs, among all francophone radio services, to give priority to contemporary Canadian composers of so-called serious music.

I will not burden you with the complete list of the 23 festivals with which we cooperate, since Mr. Racicot alluded to them earlier. The pop music content of our programming is another distinctive feature in that we do not emphasize the hit parade, but we rather broadcast a more eclectic choice, and in the field of singing, our content is 95% francophone.

Finally, another important feature that distinguishes us from the industry as a whole is, of course, our non commercial nature. French-language radio has always made sure that it's programming bore the stamp of quality, relevance, diversity and innovation. For instance, the quality of our news and information programming is widely known. Thanks to our newsrooms scattered across the country, we contribute to the information of Canadians and their understanding of phenomena which are of interest for all Canadians, the events and the ideas which make up the daily life of all those who live in this country.

We strive to maintain the quality of our news and information programming through various means, such as the implementation of a vigorous reporting policy, diverse training activities and a regular and systematic assessment of our programming.

[*Text*]

Au cours des dernières années, nous avons consacré beaucoup d'attention et beaucoup de ressources à l'amélioration du reflet régional aux antennes nationales. À cette fin, nous avons élaboré un plan de développement, et, par des réallocations, nous avons pu augmenter les contributions des stations à la programmation du réseau.

C'est ainsi qu'en 1993–1994, par exemple, le réseau a consacré plus de 4 millions de dollars aux contributions régionales. En 1992–1993, cette somme avait été de 2 745 000 $. La progression a donc été de près de 50 p. 100, et en termes de présence à l'antenne, cela s'est traduit par une augmentation de près de 150 p. 100.

Ces différentes initiatives contribuent à assurer à nos émissions une perspective canadienne en ce qu'elles permettent aux Canadiens des différentes régions de se parler entre eux, et de se mieux connaître les uns les autres. Cela se traduit à l'antenne par des émissions comme *Tournée d'Amérique*, *Vents de l'Ouest* ou *Il faut se parler*.

S'il nous appartient de réunir toutes les régions, nous devons également penser à tous les publics. Notre large programmation cherche donc à répondre à des besoins et à des goûts variés. C'est ainsi que les consommateurs, par exemple, ont accès à l'émission *Tout compte fait*, les amateurs de jazz à *X Y Jazz*, les amateurs d'intrigue à *Énigmes en direct*, les mélomanes qui n'ont pas tous les moyens ou la possibilité de s'offrir les salles de concert peuvent, tous les soirs, capter un concert de très grande qualité à l'émission *Radio Concert*, les fiévreux d'histoire peuvent écouter *Illustre ou inconnu* ou encore *Le biographe et sa passion*, et plusieurs autres.

D'autre part, notre grille demeure assez flexible pour nous permettre de réagir rapidement à l'événement, et selon les humeurs de l'actualité, nous diffusons fréquemment des émissions spéciales tant sur des événements politiques, sur les discours du budget, sur les grandes conférences internationales, sur des accidents majeurs ou sur des événements comme ce qui se passe présentement en Haïti.

• 1610

Nous nous employons également à mieux représenter les différentes communautés qui constituent la population canadienne. Nous diffusons régulièrement des émissions, des séries ou des segments d'émissions qui traitent des collectivités anglophones et multiculturelles du pays.

Bref, un mandat très large, une programmation locale, régionale et nationale reconnue pour sa qualité, plusieurs traits qui nous distinguent de l'ensemble de l'industrie, une radio pertinente, voilà ce que les réseaux de la radio française offrent à nos auditoires, avec un budget de 95 millions de dollars, tout poste de dépenses compris.

Bon an mal an, les réseaux AM et FM stéréo de la radio française sont fréquentés chaque semaine par près de 1 million d'auditeurs, et maintiennent leur importance relative dans un contexte de plus en plus concurrentiel avec des parts d'auditoires combinés de l'ordre de 9 p. 100, ce qui est appréciable dans un marché extrêmement fragmenté. Selon un sondage réalisé en janvier 1993, au Québec, les auditeurs des deux réseaux, AM et FM, sont soit très ou assez satisfaits de l'ensemble de la programmation dans des proportions de 82 et 84 p. 100. La satisfaction des auditeurs ne peut être maintenue constante que par des ajustements et des améliorations qui suivent l'évolution des goûts et des besoins.

[*Translation*]

Over the past few years, we have devoted a great deal of attention and resources to improving regional reflection in national broadcasting. To this end, we prepared a development plan, and through reallocations, we were able to increase the contribution of local stations to network programming.

Thus, in 1993–94, for instance, the network devoted more than 4 million dollars to regional contributions. In 1992–93, that sum had been $2,745,000. It is therefore a 50% increase, and in terms of presence in national broadcasting, that translated into an increase of about 150%.

These various initiatives contribute to ensure a Canadian perspective in our programming in that it enables Canadians from the various regions to talk to each other, to get to know each other better. That translates at the network level by programming such as *Tournée d'Amérique*, *Vents de l'Ouest* or *Il faut se parler*.

If it is incumbent upon us to unite all regions, we must also think of all audiences. Through our broad programming we therefore strive to fulfil varied needs and tastes. It is for that reason that consumers, for instance, have access to the program *Tout compte fait*, jazz lovers to *Jazz*, mystery lovers to *Énigmes en direct*, and music lovers who cannot also go to concert halls or cannot afford them can, every evening, tune on a very high quality concert with our program *Radio Concert*, history buffs can listen to *Illustre ou inconnu* or *Le biographe et sa passion*, and various others.

Moreover, our schedule remains flexible enough to enable us to react rapidly to the news on the wire, and if a topic gets hot, we frequently broadcast special features on political events, such as the budget speech, major international conferences, major accidents or events such as what is currently going on in Haïti.

We are also striving to better reflect the various communities which make up the Canadian population. We broadcast regularly programs, series or program segments which deal with anglophone and multicultural communities of this country.

In short, a very broad mandate, local, regional and national programming known for its quality, many features which distinguish us from the industry as a whole, a relevant radio, that's what the networks of French Radio bring to our audiences, with a budget of 95 million dollars, all budget items included.

On average, the AM and FM stereo networks of French Radio reach every week roughly one million listeners and maintain their relatively important share in a context which is more and more competitive, with combined audience shares in the order of 9%, which is considerable in an extremely fragmented market. According to a survey conducted in January 1993, in Quebec, listeners of both networks, AM and FM, are either very or quite satisfied with overall programming, in proportions ranging from 82 to 84%. Listener satisfaction can only be constantly maintained through adjustments and improvements in keeping with trends in tastes and needs.

[*Texte*]

C'est ainsi qu'au cours des derniers mois, grâce à une gestion serrée, nous avons procédé à des réallocations pour créer un poste de correspondant dans les Maritimes, pour produire deux nouvelles émissions en information, pour ouvrir des antennes stéréo à Toronto et à Sherbrooke, et ouvrir un bureau à Paris.

Je termine ici cet exposé sommaire de nos activités, monsieur le président, et je vous remercie de l'attention que vous avez portée à mes propos. Bien sûr, j'essaierai de répondre à vos questions.

Merci beaucoup.

Le président: Merci bien. Je crois que nous allons passer tout de suite au meilleur représentant de la belle ville de Rimouski, M^me^ Tremblay.

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Merci, monsieur le président. Madame, messieurs, merci pour vos présentations.

Je dois dire à M. Pépin que l'expérience que j'ai de Radio–Canada correspond tout à fait à la description qu'il en a faite. Je tiens à féliciter Radio–Canada pour la qualité de la production et de la radio qu'on nous offre, même en région.

Je n'ai malheureusement pas autant de compliments pour la télévision en ce qui concerne sa production régionale. Il y a là, je pense, une question de définition de termes; sans doute, comme il semble y avoir de la confusion à Radio–Canada sur la signification des mots, je proposerai dans le rapport final que nous remettrons, monsieur le président, qu'on donne une définition du mot «région». À quoi est–ce que cela correspond? J'aimerais bien que ce soit noté dans les comptes rendus des témoignages pour qu'on ne perde pas cela de vue à la fin. Il faudra qu'on donne une définition de ce qu'est le mot «région», parce que le même mot est employé à des significations différentes dans les textes que j'ai lus, dans les rapports annuels, etc. On ne dit pas toujours la même chose.

Je vais peut–être prendre quelques exemples pour illustrer mon propos. Assise à Terre–Neuve, j'ai écouté des nouvelles de Radio–Canada. J'ai eu le *Ce soir* régional de Montréal, à Terre–Neuve. Pourtant, il y a à Terre–Neuve une employée de Radio–Canada qui donne des nouvelles aux Maritimes de ce qui se passe à Terre–Neuve, mais les francophones de Terre–Neuve ne la voient jamais puisque c'est à Montréal qu'elle fait ses nouvelles, et quand on a des nouvelles de Terre–Neuve à Terre–Neuve, on reçoit cela de Montréal. C'est une chose aberrante.

Les Îles–de–la–Madeleine aussi reçoivent le *Ce soir* régional de Montréal, non pas celui de Québec, mais celui de Montréal. Et pourtant, ils sont dans l'est du Québec. Pour la période qu'on vient de vivre au Québec lors des élections, il a fallu finalement se contenter de syntoniser TVA parce que c'était impossible, malgré les fameuses dix minutes qu'on nous a annoncées, d'avoir des nouvelles de ce qui se passait lors des élections, dans les comtés des Îles–de–la–Madeleine, de Gaspé, de Matane, les huit comtés qui constituent l'est du Québec et la Gaspésie. C'était très rare d'avoir des nouvelles de ce qui se passait.

TVA a annoncé le décès de M. Sirois, l'ex–président de Québec–Téléphone, dès samedi. Il a fallu attendre à lundi pour que le *Téléjournal* nous annonce le décès de M. Sirois. Je pense qu'il y a un manque de communication entre l'est du Québec et le reste du Canada.

[*Traduction*]

Thus, over the past few months, thanks to tight management, we were able to proceed with reallocations to open up a correspondant's position in the Maritimes, to produce two new news and information programs, to install stereo signals in Toronto and Sherbrooke and to open an office in Paris.

I will conclude here my summary of our activities, Mr. Chairman, and I thank you for your kind attention. Of course, I will try to answer your questions.

Thank you very much.

The Chairman: Thank you. I think we will begin right now with our best representative from the beautiful city of Rimouski, Ms. Tremblay.

Ms. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Thank you, Mr. Chairman. Madam, gentlemen, thank you for your presentations.

I must say to Mr. Pépin that the experience that I have of Radio–Canada fits in perfectly with the description that he made of it. I want to congratulate Radio–Canada for the quality of its productions and of the radio services that are made available to us, even regionally.

Unfortunately, I cannot be as complimentary for television regarding its regional production. What is at issue here, in my view, is the definition of terms; since there seems to be some confusion within Radio–Canada on the meaning of words, I will move that we give a definition of the word "region" in the final report that we will be submitting, Mr. Chairman. What do these words mean? I would like us to make a note of that for the record so that we don't lose sight of it at the end. We will have to define what the word "region" means, because the same word seems to have various meanings in the litterature that I have read, in annual reports, etc. It does not always mean the same thing.

I may use a few examples to illustrate that. While in Newfoundland, I listened to the Radio–Canada news. I tuned in on the regional *Ce soir* from Montreal, in Newfoundland. Yet, there is in Newfoundland a Radio–Canada employee who brings to the Maritimes news on what is going on in Newfoundland, but the francophones of Newfoundland never see her because she broadcasts from Montreal, and when we get news on Newfoundland in Newfoundland, we get it from Montreal. That is an aberration.

The Magdalen Islands also get the regional *Ce soir* from Montreal, and not the one from Quebec City, but the one from Montreal. And yet, they are in Eastern Quebec. For the period that we just went through in Quebec, in the last elections, we had to tune in on TVA because it wasn't possible in spite of the famous 10 minutes that we were told about, to get news on what was going on in the ridings of Magdalen Islands, Gaspé, Matane, the eight ridings which make up Eastern Quebec and the Gaspé Peninsula. Only very seldom could you get any news on what was going on there.

TVA announced the death of Mr. Sirois, the former president of Québec–Téléphone, as early as Saturday. I had to wait until Monday to hear about Mr. Sirois's death on the *Téléjournal*. I think there is a lack of communication between Eastern Quebec and the rest of the country.

[*Text*] [*Translation*]

• 1615

Dans le rapport Caplan–Sauvageau de 1986, à la page 270, on lisait: «. . .chaque région ne reçoit que l'information régionale de sa propre région; sauf en cas de catastrophe, les gens de Chicoutimi ignorent ce qui se passe à Québec, Sept–Îles ou Trois–Rivières; et les gens de Montréal n'en savent pas davantage». C'est ce qui explique pourquoi les Montréalais pensent que la province commence et finit avec eux. Toujours à la page 270 du même rapport, on peut lire: «Dans la structure de l'information aux réseaux français, le Québec des régions n'existe pas.» On disait cela avant qu'on nous fasse des coupures. Imaginez–vous maintenant. On n'est même plus sur leur «mappe».

Je me demande vraiment comment on peut dire aussi qu'on fait des productions régionales. *La Semaine verte* était produite à Montréal; maintenant, c'est produit à Québec, et on dit que c'est une production régionale. C'est là que je dis que Radio–Canada joue sur les mots. On a simplement changé la place où les choses se faisaient, etc.

Vraiment, êtes–vous capables de nous donner une définition de ce qu'est pour vous une région, pour qu'on puisse prendre votre vocabulaire et essayer de le faire vérifier, parce que, dans les autres ministères, il y a par exemple, à Rimouski, un bureau régional du Centre d'emploi du Canada, un bureau régional de Revenu Canada, un bureau régional d'Agriculture Canada, etc. Cependant, on n'a plus de télévision régionale de Radio–Canada. Quelle est, pour vous, la définition d'une région?

Le président: Monsieur Racicot, je ne sais pas si c'est à vous ou à M. McEwen de répondre à cette question.

Mr. McEwen: Maybe I could start by talking about the regional notion. Then, if you want to talk specifically about the programming in that area, perhaps I can leave some of that to Pierre.

The Chairman: Possibly responding in general terms to some of the points that M^me^ Tremblay made.

Mr. McEwen: That's right.

You can look at a region in two ways. You can look at it as an administrative area and just define it as a region. It could be a province or a part of a province. It could be the prairies, the maritimes, or a combination of all of those.

What we have traditionally tried to recognize is that in a vast land there are many regions and sometimes we create artificial lines. What we've been trying to do historically—and you can see the development historically—is reflect smaller and smaller geographic entities as regions.

For example, we used to have a prairie region in the CBC. We now have three regions on the prairies. They happen to be the provinces. People in Alberta could probably say that there should be a northern Alberta region and a southern Alberta region, if I remember the Calgary–Edmonton rivalries right. That was the notion of what we tried to do.

In the Caplan–Sauvageau report of 1986, page 270, it reads: "...each region receives only the regional news for its own region: except in cases of disaster, the people of Chicoutimi do not know what is going on in Quebec City, Sept–Îles or Trois–Rivières; and the people of Montreal are no better off". Which explains why Montrealers think that the province begins and ends with them. Also on page 270 of the same report, it reads: "In the French network news structure, Quebec regions do not exist." They said that before the cuts. Imagine now. We are no longer on their map.

I really wonder as well how you can say that you are providing for regional programming. *La Semaine verte* used to be produced in Montreal; now it is being produced in Quebec City, and you say that this is regional programming. It is in such instances that I say that Radio–Canada is playing on words. You simply changed the place where things are done, etc.

Really, are you able to define for us what a region means, so that we take your terminology and try to check it out, because, in the other departments, there is, for instance in Rimouski, a regional Canada Employment Centre, a regional office of Revenue Canada, a regional office of Agriculture Canada, etc. However, we no longer have any Radio–Canada regional television. How do you define a region?

The Chairman: Mr. Racicot, I don't know if it is up to you or to Mr. McEwen to answer that question.

M. McEwen: Je peux peut–être commencer en vous disant à quoi consiste la notion de région. Si vous voulez ensuite parler plus particulièrement de la programmation dans votre région, je laisserai à Pierre le soin d'en parler.

Le président: Vous pouvez peut–être répondre de manière générale à l'observation que M^me^ Tremblay vient de faire.

M. McEwen: Très bien.

Il y a deux façons de considérer une région. Il peut s'agir d'un secteur administratif qu'on appelle simplement région. Il peut s'agir d'une province ou d'une partie d'une province. Ce pourrait être les Prairie, les Maritimes, ou une combinaison de tout cela.

Nous avons toujours voulu tenir compte du fait qu'il s'agit d'un grand pays, qui comporte de nombreuses régions et où nous établissons parfois des frontières artificielles. Historiquement, nous nous sommes efforcés—et ce développement historique est visible—de considérer comme des régions des entités géographiques de plus en plus petites.

Par exemple, nous avions à Radio–Canada ce que nous appelions la région des Prairies. Il y a maintenant trois régions dans les Prairies. Les frontières de ces régions épousent les frontières provinciales. Les habitants de l'Alberta diront peut–être qu'il devrait y avoir une région septentrionale et une région méridionale, si je me rappelle bien la rivalité qu'il y a entre Calgary et Edmonton. Nous nous sommes efforcés de tenir compte de cela.

[*Texte*]

In Ontario—and I'm using these examples because the same applies, as you have defined, to Quebec or Gaspé, to the whole province—there's eastern Ontario, there's southwestern Ontario, there's the metro area, and there's northern Ontario. Those are kind of subregions within a defined administrative political entity called Ontario. We have only one region there, but we recognize them as subregions.

So on one hand you have to look at the administrative political situations, and then you have to marry them against the population, geographic, economic, and social aspects, which I think is what you are really referring to when you talk about what we define as a region. We recognize that.

In 1990, when we made the decision to shut down some of our television operations across the country, we made some artificial determinations and said that we didn't have the resources to continue by bringing service to smaller and smaller geographic entities that perhaps more appropriately suited the social, cultural, and economic needs of those communities and that, given the resource base we had, we would define them on a larger basis. Those bases became defined as provinces—not totally, but for the most part. That's where we ended up for administrative purposes and service purposes, which is where we are now.

I don't know if that's enough or. . .

• 1620

Le président: Madame Tremblay, voulez–vous que M. Racicot réponde aux questions plus précises que vous avez posées au début de votre intervention ou si vous avez encore une question? Il ne reste que deux minutes.

Mme Tremblay: On nous parle de production régionale. Je regarde, par exemple, ce qui s'en vient pour le RDI. Pour les francophones hors Québec, on a décidé qu'à tel endroit, il y aurait trois heures par semaine, que dans une autre province, il y aurait une heure par semaine, et que dans une troisième province, il y aurait deux heures par semaine. Pourquoi n'a–t–on pas donné aux trois provinces des Prairies le même temps d'antenne? Pourquoi y en a–t–il une qui en a moins que les autres? Il y a des décisions qui ont l'air très arbitraires et qui dénotent une méconnaissance de la réalité qui est inacceptable.

Vous parlez des régions. Si vous connaissiez la grandeur du territoire de Lévis jusqu'aux Îles–de–la–Madeleine! C'est plus grand que les trois provinces Maritimes mises ensemble. C'est plus de gens que les trois provinces Maritimes mises ensemble. Il faut comprendre la réalité de ces gens–là. Le territoire est tellement grand. C'est très différent. On est fatigués de n'avoir que des téléromans qui viennent de Montréal, P.Q. et tout cela. Pourquoi n'y a–t–il pas autre chose? Pourquoi ne pourrait–il pas y avoir un téléroman sur Louis Riel, par exemple? Qu'est–ce que vous attendez pour nous faire un téléroman sur l'histoire de Louis Riel? Rappelez comment la Colombie–Britannique a été fondée par 60 p. 100 de francophones. Rappelez ces réalités aux Canadiens qui ne les connaissent pas. Ainsi, notre langue serait mieux défendue et mieux protégée. On en a ras le bol. Je vous le dis bien franchement: on est tannés de votre concept de régions qui ne correspond à rien pour nous.

[*Traduction*]

En Ontario—et je vais citer les exemples suivants parce qu'ils s'appliquent à l'ensemble de la province, comme dans le cas que vous avez cité, c'est–à–dire le Québec et la Gaspésie—il y a l'est de l'Ontario, il y a le sud–ouest de l'Ontario, il y a la région métropolitaine et il y a le nord de l'Ontario. Ce sont–là des sous–régions à l'intérieur d'une entité politique et administrative bien définie qu'on appelle l'Ontario. Nous n'avons qu'une région ici, mais nous la subdivisons en sous–régions.

Il faut donc, d'un côté, considérer les entités politiques administratives, et vous devez ensuite prendre en compte les aspects démographiques, géographiques, économiques et sociaux, ce que vous avez d'ailleurs à l'esprit, je crois, lorsque vous nous demandez ce que nous appelons région. Nous prenons ces réalités en compte.

En 1990, lorsque nous avons décidé de fermer certaines stations au pays, nous avons tracé des frontières artificielles et déterminé que nous n'avions plus les moyens de desservir des entités géographiques de plus en plus petites qui comblaient peut–être mieux les besoins sociaux, culturels et économiques de ces régions, et que, au vu des ressources dont nous disposions, nous élargirions nos définitions. Ces définitions ont fini par épouser les frontières provinciales—pas totalement, mais pour l'essentiel oui. C'est là que nous avons abouti pour les besoins de l'administration et des services, et nous en sommes là aujourd'hui.

J'ignore si c'est suffisant ou. . .

The Chairman: Ms. Tremblay, would you like Mr. Racicot to answer the more specific questions you asked at the outset or do you have another question to ask? You have two minutes left.

Ms. Tremblay: We've been hearing about regional production. Let's take a look, for example, at what's happening with the all news network. Programming for francophones outside Quebec is to be provided three hours weekly in region A, whereas there would only be one hour a week in province B, and two hours a week in province C. Why haven't the three prairie provinces been given the same air time? Why is one province getting less than the others. Some of the decisions that are being made seem very arbitrary and they show that the reality of the region is woefully misunderstood.

What about huge regions such as that which extends between Lévis and the Magdalen Islands? The region covers an area that is bigger than the three Maritime provinces put together. It has a population that is three times that of the three Maritime provinces put together. You have to understand the situation these people are faced with. The region is so huge, and it is quite unique. We've had enough of this steady diet of television series produced in Montreal, P.Q., and other such television fare. Why can't we get anything else? Why couldn't there be a series on Louis Riel, for instance? What are you waiting for to produce a series based on the life of Louis Riel? Why not remind people that the pioneers who founded British Columbia were 60% francophones? Why not recall those facts for Canadians who don't know them? Our language could thus be better protected and preserved. In all honesty, we've had it up to here with your concept of the regions which, to us, is totally out of whack with reality.

[*Text*]

M. Alain Pineau (vice–président à la planification et à la réglementation, Radio–Canada): J'aimerais donner une petite précision sur *La Semaine verte*. M^me^ Tremblay dit que nous avons déménagé *La Semaine verte* à Québec. C'est purement artificiel. Vous jouez sur les mots. Madame, j'aimerais porter à votre attention que c'est ce qu'on appelle une stratégie industrielle. On déplace la production de Montréal à Québec. En faisant cela, madame, on a augmenté de 25 p. 100 le contenu régional de l'émission, parce que le point de vue est différent. Vous entendez maintenant des experts agricoles qui viennent de l'Université Laval, de Québec, de la Beauce. Avant cela, vous ne les entendiez pas. L'auditoire a augmenté de 20 p. 100.

Mme Tremblay: Vous auriez pu les entendre avant. Vous n'aviez qu'à les mettre dans votre studio à Québec et à les brancher. C'est très facile. Il est sûr que *Le point*... Le matin, maintenant, on n'écoute plus l'émission parce que ce n'est plus intéressant. Ce n'est plus nous qui sommes là. Quand c'était à Ottawa, cela donnait autre chose que ce qui est produit à Montréal. Ce n'est pas très fort comme argument, monsieur Pineau.

M. Pineau: Ce sont les faits, madame.

Le président: On va sans doute revenir à ce sujet. Jan Brown.

Mrs. Brown: I would like to pick up on a couple of things you said about not having the resources. I think the exercise here is to ensure that the $1 billion plus that you receive... In some way or another we are going to come to a determination in this committee as to how the CBC can and must continue.

Having said that, I would like to tell a small story, if I may, about my experience with CBC Calgary after the station had been shut down. I had to go there and do a small television piece with Ottawa. I went into this very tiny black room for a link–up. I had to press a buzzer on the outside to actually access the building because there was no way to get in, the doors were locked and I could not get in. I went into a very cold little room that was all black, with lots of cords and wires. We were hooked up, very much like this, with this earphone. The fellow who was standing across from me said "Can you hear me?" I said "No, I can't; there is static." He took his elbow and he gave a bash to the equipment and he said "There, it should work now." He said there's no money for them and their equipment is falling apart. They couldn't even make the connection.

After that experience, I do have some concern about this equitable support base in terms of resources, and I give you that as a small, real example. There is equipment there that isn't working, there aren't people there...you can't even get into the building. The quality of service there... Even though we have the one in Edmonton, how does that help us out in Calgary? It doesn't.

I want to move from that small anecdote to the issue of interregional exchange. Really, what we are after here is we are trying to come to some determination about efficiencies, and financial ones.

[*Translation*]

Mr. Alain Pineau (Vice President, Planning and Regulatory Affairs, CBC): Just a small point of clarification on *La Semaine verte*. Ms. Tremblay said that we had moved *La Semaine verte* to Quebec City. The problem you raise is an artificial one. You are the one playing with words. Ms. Tremblay, I would like to point out that it is a question here of industrial strategy. Production has been moved from Montreal to Quebec City. In so doing, Ms. Tremblay, we have increased the program's regional content by 25%, because the point of view is different. You can now hear agricultural experts from Laval University, from Quebec City and from the Beauce area, which you probably would not have heard previously. The number of viewers has increased by 20%.

Ms. Tremblay: We could have heard these people before. All you had to do was have them come into your Quebec City studio and then provide a link–up. This can be done quite easily. Of course *Le Point*... We no longer listen to the morning news, because the interest just isn't there anymore. The program no longer reflects our reality. When the program was being produced out of Ottawa, the viewpoint was not exclusively a Montreal viewpoint. The case you make is not a very strong one, Mr. Pineau.

Mr. Pineau: Those are the facts, Madam.

The Chairman: We will probably come back to that. Jan Brown.

Mme Brown: Je veux revenir sur deux ou trois choses que vous avez dites au sujet du manque de ressources. L'examen auquel nous nous livrons vise vraisemblablement à faire en sorte que les crédits de un milliard de dollars ou plus que vous recevez... Notre comité doit en arriver à décider comment la SRC peut continuer à s'acquitter du mandat qui lui incombe.

Dans ce contexte, je tiens à vous faire part d'une expérience que j'ai eue avec la SRC à Calgary après la fermeture de la station du radiodiffuseur d'État dans cette ville. Je devais participer à une entrevue télévisée avec un interviewer qui se trouvait à Ottawa. Je me suis retrouvée plongée dans l'obscurité dans une toute petite salle. J'avais dû sonner pour rentrer dans l'immeuble. Les portes étaient fermées à clé et c'était la seule façon d'accéder à l'immeuble. Je me suis rendue dans une petite salle, sans chaleur ni éclairage, avec plein de cordes et de fils partout. J'avais à l'oreille un écouteur très semblable à celui–ci. Le type qui était debout devant moi m'a dit: «Pouvez–vous m'entendre?» J'ai répondu: «Non, je ne peux pas vous entendre; il y a trop de bruit de fond». Il a alors donné un coup de coude au matériel et il m'a dit: »Bon alors, là, ça devrait marcher.» Il m'a dit qu'il n'y avait pas d'argent et que le matériel était dans un bien piètre état. On n'a même pas pu faire la liaison.

Compte tenu de cette expérience, j'ai quelques inquiétudes au sujet de la répartition équitable des ressources de base, et il ne s'agit là que d'un tout petit exemple, mais d'un exemple bien réel. Le matériel ne fonctionne pas, les locaux sont vides... on ne peut même pas avoir accès à l'immeuble. La qualité du service là–bas... Même si nous avons la station d'Edmonton, en quoi cela nous aide–t–il à Calgary? Cela ne nous aide pas du tout.

Je veux maintenant passer à la question des échanges entre les régions. Ce que nous cherchons à faire ici, c'est d'en arriver à des conclusions au sujet des gains de rendement, notamment des gains financiers, qui pourraient être réalisés.

[*Texte*] [*Traduction*]

• 1625

I would like you to explain, with a view to the financial model here, how the interregional exchange assists efficiencies. I would like you to explain its model, its purpose, the relationships with the CBC mandate, and how you feel, and in dollars and cents how it contributes to production efficiencies.

Je voudrais que vous nous expliquiez, à l'aide du modèle financier que nous avons ici, comment les échanges entre les régions contribuent aux gains de rendement. Je voudrais que vous nous expliquiez le modèle, que vous nous disiez quel est l'objectif visé et que vous le situiez par rapport au mandat de la SRC, et je voudrais aussi que vous nous disiez, en nous donnant des chiffres bien précis, comment ces échanges contribuent aux gains de rendement sur le plan de la production.

Mr. McEwen: I will ask Donna Logan to answer the question, but let me speak to the Calgary situation for a moment.

M. McEwen: Je demanderai à Donna Logan de répondre à votre question, mais permettez–moi tout d'abord de vous parler brièvement de la situation à Calgary.

It is probably fair to say that certainly in the months, and even the year or so, after we made those adjustments in Calgary, Saskatoon, Rimouski, and other spots, it was a time of considerable confusion. Morale was poor. Balancing equipment and maintenance and all of those issues were real issues for us.

Il n'est sans doute pas exagéré de dire qu'il y a eu beaucoup de confusion pendant les mois qui ont suivi, voire pendant l'année qui a suivi les changements que nous avons faits à Calgary, à Saskatoon, à Rimouski et dans d'autres endroits. Le moral était très bas. Il est vrai que nous avions toutes sortes de problèmes très préoccupants, dont l'entretien du matériel.

I was in Calgary in mid–August. I spent the day there. I had an opportunity to go with the executive producer of Newsworld and the supper–hour show and wander through. As an example, I think they have really built back in terms of the spree and how to cope with their new setting. They now have a fully functioning bureau there that is contributing to an Alberta show. It may not be Calgary's local program, but they are now engaged.

J'ai eu l'occasion de passer une journée à Calgary à la mi–août. J'ai pu visiter le studio en compagnie du producteur exécutif de Newsworld pendant qu'on tournait le bulletin de nouvelles de six heures. J'ai constaté, et je vous le dis à titre d'exemple, qu'ils ont vraiment réussi à tout remettre en état et à s'adapter à leur nouvelle mission. Ils ont maintenant un bureau pleinement opérationnel qui contribue à une émission albertaine. Il ne s'agit pas, bien sûr, d'une émission locale pour les gens de Calgary, mais ils ont quand même une participation.

The Newsworld operation is running about 75 people and doing 5 or 6 hours of programming a day there. They have rationalized their equipment needs. They have made some improvements and I think have the right thing for the kind of double–enders you were in to do.

Newsworld produit maintenant cinq ou six heures de programmation par jour à Calgary, avec un effectif d'environ 75 employés. On a rationalisé les besoins en matériel. On a fait certaines améliorations, et je crois qu'on a maintenant tout ce qu'il faut pour faire le genre d'entrevue dont vous parliez, où l'interviewer se trouve dans un endroit différent de celui où se trouve la personne interviewée.

There was a period. . .it was a very difficult and dark time for all of us. But I think we have learnt from those experiences, and I hope we have made some real improvements, particularly over the last year or so.

Pendant un certain temps. . . ce fut une époque très difficile et ténébreuse pour nous tous. Je crois toutefois que nous en avons tiré des leçons, et j'ose espérer que nous avons fait des progrès réels, plus particulièrement depuis un an.

I will leave it at that, but I wanted to give you my experience, because that was certainly my experience in 1991 and early 1992, and I think we have started to make some improvements along the line.

Je n'en dirai pas plus, mais je tenais à vous parler de mon expérience à moi, à vous dire ce que j'ai moi–même pu constater en 1991 et au début de 1992, et j'estime que nous avons déjà fait des progrès.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I hope so, because it was in the spring when I was there.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je l'espère bien, car j'étais là le printemps dernier.

Mr. McEwen: Yes, if you are there in off–hours, it is sometimes difficult, because we are not staffing them at the front door beyond I think it is 6 p.m.

M. McEwen: Oui, si vous vous présentez là en dehors des heures normales, c'est parfois difficile, parce qu'il n'y a personne à la porte d'entrée au–delà de 18h, si je ne m'abuse.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): But it is maintenance of vital equipment that they need in order to do what you called that "double–ender".

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Mais il s'agit de l'entretien de matériel d'importance cruciale dont on a besoin pour faire ces entrevues qu'on appelle des «doublex».

Mr. McEwen: I leave it, but I assure you that I am taking, and all of us are, an interest in the points you raise. They are very valid concerns.

M. McEwen: Je n'en dirai pas plus, si ce n'est pour vous assurer que je suis, que nous sommes tous intéressés par les points que vous avez soulevés. Ce sont des préoccupations tout à fait légitimes.

[*Text*]

Ms Logan: Regional exchange takes place on many levels. In television and in radio there is a daily feed to the regional stations. It comprises material assembled at the network, but also material sent in from the stations. In the case of radio we call it "info–tape".

In television the same thing happens. Regional stations that have material they think is of interest to the rest of the country send it in to the centre and it is disseminated to the rest of the country. That happens on a daily basis in both radio and television.

In addition to that, regular columns are sent out so we won't have every station doing a book column, or movies, for example. There are any number of them. That is certainly an efficiency and an economy.

Then there is another kind of exchange, where once a year all the television stations that are doing regional programming come together and bring their tapes, and they have a bit of an auction where they show the tapes. It is not for pay. It is an exchange. Other regions take programs to help flesh out the summer schedule in particular, because a lot of our programs are not produced for 12 months a year in either radio or television.

One of the ways we augment and fill out the summer is to have exchange programs. So a program that is produced in the Maritimes could be seen out west, or vice versa. That happens regularly, every year. If you watched any television over the summer you probably saw some of those.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Yes. I had asked, however...

I am talking real terms here. I am talking dollars here, when I am asking for efficiencies, production efficiencies, and how you see those meeting the mandate of the CBC. We are talking about a billion–dollar subsidy here. Canadians just want you to be open and to explain to them how their money is being spent. In all of these presentations—and I acknowledge they're fine pieces of work—I'm not seeing efficiencies in dollars and cents and savings of dollars and cents. That's what I'm looking for.

[*Translation*]

Mme Logan: Les échanges régionaux se font à bien des niveaux différents. Dans le cas de la télévision et de la radio, le réseau diffuse une programmation quotidienne aux stations régionales. On y trouve des émissions produites par le réseau, mais aussi des émissions produites par les stations elles–mêmes. Dans le cas de la radio, c'est ce que nous appelons la bande information.

Il en est de même pour la télévision. Les stations régionales qui ont produit des émissions qu'elles estiment pouvoir intéresser les autres stations du pays les envoient à l'administration centrale, qui les diffuse ensuite à l'ensemble des stations. C'est quelque chose qui se fait chaque jour tant pour la radio que pour la télévision.

En outre, le réseau diffuse des chroniques pour que chaque station ne soit pas à produire sa propre chronique littéraire ou cinématographique, par exemple. C'est un exemple parmi beaucoup d'autres. Cela nous permet à coup sûr de réaliser des gains de rendement et des économies.

Il y a également un autre type d'échange qui se produit une fois l'an: il s'agit en quelque sorte d'une vente aux enchères à laquelle participent toutes les stations de télévision qui produisent des émissions régionales. Chaque station présente ses bandes et voit ce que les autres ont produit. Il ne s'agit pas de vendre ou d'acheter des émissions, mais bien de les échanger. Ainsi, une station régionale peut choisir des émissions produites par d'autres stations, notamment pour compléter sa programmation estivale, car le calendrier de production de beaucoup de nos émissions, que ce soit pour la radio ou pour la télévision, ne s'étend pas sur 12 mois.

Les échanges entre les stations permettent donc de compléter la programmation estivale. Ainsi, une émission produite dans les Maritimes pourrait être diffusée dans l'Ouest, ou vice–versa. Il y a chaque année des échanges de ce genre. Si vous avez regardé la télévision pendant l'été, vous en avez sans doute profité vous–même.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): D'accord. Cependant, j'ai demandé...

Je veux obtenir des chiffres bien précis. Je voudrais que vous évaluiez, en dollars, les gains de rendement qui sont réalisés sur le plan de la production et je voudrais que vous nous disiez dans quelle mesure ces gains permettent à la SRC de s'acquitter de son mandat. Les crédits que vous recevez se situent aux alentours de 1 milliard de dollars. Les Canadiens vous demandent simplement d'être ouverts et de leur expliquer comment vous dépensez leur argent. Dans tous les exposés qui nous ont été présentés—et je reconnais qu'ils nous ont été très bien faits—, on ne donne pas de chiffres, en dollars et en cents, quant aux gains de rendement et aux économies qui ont été réalisés. Voilà ce que je cherche.

• 1630

Mr. Redekopp: Can I just try one example from the radio side? In the Maritimes, we have a program called *Maritime Magazine*, which in fact pulls together all kinds of stories—socio–economic stories, political stories, stories of entertainment—from the three provinces. That was done because the individual programs were under–resourced. So what they've done now is in fact pooled their resources and provided better programming, which seems to have tremendous audience

M. Redekopp: Puis–je vous donner un exemple pour le volet radio? Dans les Maritimes, nous avons une émission intitulée *Maritime Magazine*, qui est en fait un pot–pourri de reportages—reportages socio–économiques, reportages politiques, reportages variétés—qui sont produits par les stations des trois provinces. Comme les différentes stations n'avaient pas les moyens de produire une gamme complète de reportages, elles ont mis leurs ressources en commun et créer une émission

[*Texte*]

support throughout the Maritimes. That program's been going for a number of years.

As a consequence of that, the prairie provinces are looking at doing exactly the same thing on weekend mornings when they are relatively under–resourced. In other words, instead of just having a host and a technician coming in and doing what they can, they said, why don't we pool our resources? Why don't we look at a community of interests? Why don't we look at things we have in common and build a program that would serve audiences? Now it's going to be tested and we're going to have to see where it goes.

I think that's an example of both efficiency and effectiveness in terms of programming.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Okay, Mr. Redekopp, I give you that. But I'm interested in the television production side in terms of financial efficiencies in television programming. You're talking about contributing to production efficiencies. I'm only interested in knowing how financially it's an efficiency.

Ms Logan: Well, we don't have the money to produce a lot of our series for 12 months a year.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Yes, I understand that. But I'm just saying if you could put forward the kinds of dollars you save in efficiencies you build into your programming in this way. . .that's the point I'm trying to make.

Ms Logan: I understand.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Okay. Mr. Redekopp, I wanted to come back to your presentation, if I may. I acknowledge you hit the nail right on the head as to why you're so successful when you said you do many things that other Canadian radio stations simply don't do. That's the secret, I'm sure, of your success. It's on page 2. It's because you've found your market niche.

Now I want to look at the point you made on page 8 regarding the BBM that you reach roughly 18% of the anglophone population. I'd be interested to know what the by–province breakdown is for both English and French programming, because I'm wondering how much the average audience share by hour for the CBC French radio in western Canada would cost. Does the audience share you have in that particular reach merit that cost?

The Chairman: Is that a question for Mr. Redekopp?

Mr. Redekopp: It's probably a question for Mr. Racicot.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): All right.

Mr. Racicot: I have the reach for the western provinces and French radio. We have a reach of 27,000. Since you're on this subject, I may also give you the reach for French television; it's 70,000.

[*Traduction*]

de meilleure qualité, qui semble rejoindre un vaste auditoire dans toute la région des Maritimes. Il y a déjà plusieurs années que cette émission a été lancée.

Ainsi, les provinces des Prairies envisagent de faire la même chose pour les matinées de la fin de semaine, où les ressources se font plutôt rares. Autrement dit, au lieu d'essayer de s'arranger avec les moyens du bord, avec un animateur et un technicien, elles se sont dit, pourquoi ne mettrions–nous pas nos ressources en commun? Pourquoi ne pas créer une communauté d'intérêt? Pourquoi ne pas essayer de voir ce qui pourrait intéresser la population des trois provinces et construire une émission qui pourrait intéresser tous nos auditeurs? La nouvelle formule sera mise à l'essai, et il reste à voir ce qu'il en résultera.

Voilà un exemple des gains de rendement et d'efficacité qui peuvent être réalisés en matière de programmation.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Oui, je veux bien, monsieur Redekopp, mais ce qui m'intéresse, ce sont les gains financiers du point de vue de la programmation télévisuelle. Vous dites que les échanges contribuent à des gains de rendement sur le plan de la production. Je veux simplement savoir quels sont les gains financiers qui en résultent?

Mme Logan: Le budget de beaucoup de nos émissions est insuffisant pour que le calendrier de production puisse s'étendre sur 12 mois.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Oui, je comprends, mais je me demande simplement si vous pourriez chiffrer en dollars les gains de rendement que vous parvenez ainsi à réaliser du point de vue de votre programmation. . . Voilà où je veux en venir.

Mme Logan: Je comprends.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): bon, d'accord. Monsieur Redekopp, je voudrais revenir à ce que vous avez dit dans votre exposé. Vous avez eu parfaitement raison de dire que, si vous avez tellement de succès, c'est parce que vous faites bien des choses que d'autres stations de radio canadiennes ne font tout simplement pas. C'est sûrement la clé de votre réussite. C'est ce que vous dites à la page 2. C'est parce que vous avez trouvé votre créneau.

Je vais maintenant revenir à ce que vous dites à la page 9 au sujet des sondages BBM selon lesquels vous rejoignez environ 18 p. 100 de l'auditoire anglophone. Je voudrais savoir quel est le pourcentage par province pour les émissions en langue anglaise et en langue française, car je me demande à combien s'élève le coût de la part moyenne d'audience par heure de la radio de langue française de la SRC dans l'Ouest du Canada. Ce coût peut–il se justifier à la lumière de la part d'audience que vous avez dans cette région?

Le président: Cette question s'adresse–t–elle bien à M. Redekopp?

M. Redekopp: Elle devrait sans doute s'adresser à M. Racicot.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): D'accord.

M. Racicot: Je peux vous dire exactement quelle est la part d'audience de la radio de langue française dans les provinces de l'Ouest, puisque je l'ai ici. Nous avons 27 000 auditeurs. À ce propos, je peux également vous donner la part d'audience de la télévision de langue française: elle est de 70 000.

[*Text*]

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Have you calculated the station cost to reach the 27,000 people?

Mr. Racicot: I'm sorry, I don't understand your question.

Mr. McEwen: First of all, are they in percentage terms?

Mr. Racicot: No, no. I could calculate them and provide you with the information.

Mr. McEwen: No, we don't calculate that way. We don't do our budgets that way. We don't do costs per francophone listener.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): See, that's a cost benefit to me.

Mr. McEwen: But what you're touching on is an issue that goes right to the heart of our mandate. Our responsibility. . . There aren't huge francophone audiences in western Canada. We all know that. They are minority linguistic communities.

We're specifically called upon under the act to bring them services in those communities in French radio and television, not only so those communities can participate in the national networks, but so they can see themselves and hear themselves within the context of their own communities and their own cultures.

This is something we take on with great pride. But it is part of our direction under the act. The same thing goes for English populations within the province of Quebec. We have, as you know, English services in Montreal and Quebec City.

[*Translation*]

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Avez–vous fait le calcul pour savoir combien il en coûte à la station pour rejoindre ces 27 000 auditeurs?

M. Racicot: Je suis désolé, je ne comprends pas votre question.

M. McEwen: Tout d'abord, avons–nous les pourcentages?

M. Racicot: Non. Je pourrais toutefois faire les calculs et vous fournir cette information.

M. McEwen: Non, nous ne faisons pas de calcul comme celui que vous demandez. Ce n'est pas ainsi que nous établissons nos budgets. Nous n'établissons pas le coût par auditeur francophone.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Pour moi, voyez–vous, c'est un facteur dont il faut tenir compte dans le rapport avantages–coûts.

M. McEwen: Mais vous touchez là à une question qui est au coeur même de notre mandat. Notre responsabilité. . . Les auditeurs francophones ne sont pas très nombreux dans l'Ouest du Canada. Nous le savons tous. Il s'agit de groupes linguistiques minoritaires.

En vertu de la loi, nous sommes expressément tenus d'assurer à ces groupes des services de radio et de télévision en langue française, non seulement pour qu'ils puissent participer aux réseaux nationaux, mais pour qu'ils puissent se voir et s'entendre eux–mêmes dans le contexte de leur collectivité et de leur culture.

C'est là une responsabilité que nous assumons avec beaucoup de fierté, mais cela fait partie du mandat qui nous incombe en vertu de la loi. Il en va de même pour les anglophones du Québec. Comme vous le savez, nous assurons des services en langue anglaise à Montréal et à Québec.

• 1635

The Chairman: Perhaps at an off–line meeting you might try to get answers to questions.

Mr. McEwen: I'd be glad to discuss it at more length any time. But we don't do the cost–benefit in that way.

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): On a lighter note, I should say that I'm addicted to CBC radio and I was really upset to see that you didn't include Danny Finkleman in the names of notables.

Yesterday Mr. McEwen told us about the distinctiveness of CBC television. I want to talk about television. I really should thank you for clarifying that one point about how you analyse your audience and determine who they are, because I found Mrs. Logan's comment about people telling her how they value the presence of the CBC somewhat self–serving.

Mrs. Logan, does anyone ever say that they don't value the presence of CBC?

Ms Logan: Many.

Mr. Gallaway: Yesterday we heard about how *Street Legal* and the show on the Dionne quintuplets and other specific programs make the CBC a very distinctive Canadian network. I assume that you're talking about a national perspective when

Le président: Vous pourriez essayer d'obtenir des réponses à vos questions lors d'une rencontre non officielle.

M. McEwen: Je me ferai un plaisir d'en discuter de nouveau lorsque cela vous conviendra. Cependant, nous n'effectuons pas l'analyse des avantages et des coûts de cette façon.

M. Gallaway (Sarnia–Lambton): Pour alléger l'atmosphère, permettez–moi de dire que je suis un habitué de la radio de la SRC et que j'ai été très choqué de voir que vous n'avez pas inscrit le nom de Danny Finkleman à votre liste des célébrités.

Hier, M. McEwen nous a parlé du caractère distinct de la télévision de la SRC. Parlons maintenant de la télévision. J'apprécierais que vous m'apportiez des précisions sur la façon dont vous analysez vos cotes d'écoute pour déterminer qui est votre auditoire, car j'ai trouvé l'observation de M^me^ Logan selon laquelle les gens se réjouissent de la présence de la SRC un peu trop conforme aux intérêts de la société.

Madame Logan, y a–t–il des gens qui ne se réjouissent pas de la présence de la SRC?

Mme Logan: Ils sont nombreux.

M. Gallaway: On nous a dit hier que des émissions comme *Street Legal* et l'émission sur les jumelles Dionne, ainsi que d'autres émissions spéciales, ont contribué à faire de la SRC un réseau canadien bien particulier. J'imagine que c'est de la

[*Texte*]

you talk about *Street Legal* and the Dionne quintuplets. But we're talking today about regional programming. I noticed that Jan Brown was referring under the table to her copy of *Fade to Black*—

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I didn't; it was right up front. I didn't ask the question I wanted to, Mr. Gallaway.

Mr. Gallaway: In any event, a number of chapters in that book deal with regional programming. I picked up on the fact that there are probably more people between the city of Toronto west to the Canadian–American border than there are in the whole province of Alberta. When we talk about regional programming, in light of the fact that your regional desk in Windsor was abandoned at some point in the past, how are you now distinctive? I'm talking about today. How is your regional programming distinctive from that of other networks, in particular CTV?

The Chairman: You're really on the television side rather than the radio side.

Mr. Gallaway: Yes, I'm on the television side.

The Chairman: Perhaps one of the regional folk might want to comment. We're anticipating tomorrow's questions.

Ms Logan: In information, we are distinctive in the regions in television in the breadth and the depth of what we do. I hear you on southwestern Ontario, and that is an area where we are trying to redress a problem that was created there in 1990.

In general, if you watch the supper–hour shows on CBC and on CTV, you will find many more provincial stories, which is what I mean when I say that we have a wider coverage. Many of the CTV stations concentrate on the cities in which they're located, whereas we see our mandate as getting out and being much more involved with the rural communities and bringing that perspective to the news.

You will also see a difference in the depth. By that I mean that we have more current affairs on our supper–hour show than you will see on CTV. We have more information about cultural and social issues than you will see on CTV. In general, it's just the depth of coverage. Current affairs are not something that CTV does in any depth.

As a matter of fact, if you will look at the survey material that was presented to you on the first day of your hearings, you will see that this is widely acknowledged. This is not just something we believe; it is something that is recognized by audiences. They will come to us in times of crisis because they think our news is very dependable. They also believe that we offer more in–depth coverage. So that information is the case.

[*Traduction*]

perspective nationale dont vous parlez, au sujet de ces émissions. Mais aujourd'hui, nous parlons de programmation régionale. J'ai remarqué que Jan Brown consultait sous la table son exemplaire de l'ouvrage «Fade to Black». . .

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Pas du tout; je ne m'en suis pas cachée. Je n'ai pas posé la question que je souhaitais, monsieur Gallaway.

M. Gallaway: De toute façon, on trouve dans ce livre un certain nombre de chapitres sur la programmation régionale. J'ai accroché sur le fait que plus de gens habitent probablement entre l'ouest de Toronto et la frontière canado–américaine que dans toute la province de l'Alberta. En matière de programmation régionale, compte tenu du fait que votre bureau régional de Windsor a été fermé à un moment donné, en quoi êtes–vous maintenant différents? Je parle d'aujourd'hui. En quoi votre programmation régionale diffère–t–elle de celle des autres réseaux, plus particulièrement de celle de CTV?

Le président: Vous parlez de télévision plutôt que de radio.

M. Gallaway: Oui, je parle de télévision.

Le président: Un des représentants des régions voudra peut–être répondre à votre question. En fait, on empiète sur les questions de demain.

Mme Logan: Pour ce qui est des émissions d'information, notre télévision se distingue, dans les régions, par l'étendue et la profondeur de sa couverture médiatique. Vous avez parlé du sud–ouest de l'Ontario, et c'est l'une des régions où nous essayons de régler un problème créé en 1990.

D'une façon générale, si vous écoutez les émissions à l'heure du souper sur les chaînes de la SRC et de CTV, vous constaterez qu'on y donne un nombre beaucoup plus grand de nouvelles provinciales, et c'est ce que je veux dire quand je parle de couverture plus étendue. Un grand nombre des stations de la CTV se concentrent sur les villes dans lesquelles elles sont situées, alors que notre mandat consiste à sortir des villes et à traiter davantage avec les localités rurales pour les faire davantage participer à l'actualité.

Vous constaterez également une différence dans la profondeur de la couverture. Je veux dire par cela que nos émissions de début de soirée comportent davantage d'actualités que celles de la CTV. Nous fournissons davantage d'informations sur les questions culturelles et sociales que cet autre réseau. D'une façon générale, ce qui diffère, c'est la profondeur de l'analyse. CTV n'analyse pas les actualités en profondeur.

En fait, si vous jetez un coup d'oeil sur les documents d'enquête qui vous ont été présentés le premier jour de vos audiences, vous constaterez que c'est une réalité bien reconnue. Nous ne sommes pas les seuls à en être persuadés; notre auditoire le reconnaît également. Les gens s'adressent à nous en cas de crise parce qu'ils trouvent que nos informations sont très fiables. Ils croient également que notre couverture des événements est plus approfondie. C'est le cas du côté des informations.

[*Text*]

[*Translation*]

• 1640

When it comes to performance in the regions, I think we can argue that we do quite a bit more than the private stations on radio. You're asking about television, but on radio we certainly do a great deal. In television we do somewhat less because it's very costly. But we do expose talent. I tried to address that in my presentation, talking about what we are able to do just in the Maritimes, in offering a platform to Canadian performers.

If you think about all the performers who have come out of the Maritimes, they all got their start on local television there—Anne Murray, Rita MacNeil, and now groups like the Barra McNeils and Ashley McIsaac. I could go on and on. Those people all started on CBC Halifax, on local programs, and then graduated to network. The rest is history.

The Chairman: Thank you. May I perhaps share the time here? Mr. McKinnon, do you have a question?

Mr. McKinnon (Brandon—Souris): Thank you, Mr. Chairman, for your august view of my sitting on the left of Mr. Gallaway.

The Chairman: I couldn't possibly comment.

Mr. McKinnon: I'll preface my remark with a couple of statements so you'll know where I'm coming from in the geographic sense.

I live in western Canada, 15 miles from the Saskatchewan border but in Manitoba. We get the reputation of being a growing market for cowboy music and things like that as we ride our tractors. Let me advise you that you do have a loyal audience in our part of the world, and I'm referring to radio when I'm making my comments.

Regionalism is alive and well in our part of the world. When we had the weather services withdrawn from Regina a few years ago all the farmers in my part of the world were upset, because the weather always comes from the west. Consequently, for a farmer to plan his day or his week, he wanted to know where we were heading. The regionalism—

Mr. de Jong (Regina—Qu'Appelle): We are hoping the government will do the same.

Mr. McKinnon: Well, I do too.

The Chairman: And improve the weather. It's a federal responsibility.

Mr. de Jong: It can always cross borders.

The Chairman: Interprovincial, yes.

Mr. McKinnon: What I'm alluding to is that it is not just in broadcasting where we are having these national difficulties. Madam Tremblay I think articulated very well some of the problems within her large geographic area of her province, and the same thing has happened in the prairies.

This is what I'm leading up to. In radio, in our part of the world, we seem to have a fairly good balance of information coming from both sides, Regina and Winnipeg. There are those who choose to listen, depending on their vocation, to either one

Pour ce qui est de notre performance dans les régions, je pense que nous pouvons affirmer que nous faisons un peu plus que les stations de radio privées. Vous nous questionnez au sujet de la télévision, mais à la radio nous faisons certainement beaucoup. Nous en faisons un peu moins à la télévision, parce que cela est très coûteux. Mais nous présentons des gens qui ont du talent. J'ai tenté d'aborder la question dans mon exposé en vous parlant de ce que nous réussissons à faire dans les Maritimes par exemple, en offrant une plate–forme aux artistes canadiens.

De nombreux artistes des Maritimes ont fait leur début à la télévision locale là–bas—Anne Murray, Rita MacNeil et, aujourd'hui, des groupes comme Barra McNeils et Ashley McIsaac. Je pourrais en nommer beaucoup d'autres. Tous ces gens ont fait leur début à la radio de la CBC à Halifax, à des émissions locales avant de passer au réseau. Le reste est bien connu.

Le président: Merci. Peut–être pourrais–je partager le temps ici? Monsieur McKinnon, avez–vous une question?

M. McKinnon (Brandon—Souris): Merci, monsieur le président, de remarquer que je suis assis à la gauche de M. Gallaway.

Le président: Je ne sais vraiment quoi répondre.

M. McKinnon: Permettez–moi tout d'abord de vous expliquer de quelle région du Canada je viens.

Je vis dans l'Ouest canadien, à 15 milles de la frontière de la Saskatchewan, mais au Manitoba. Nous avons la réputation d'être un marché croissant pour la musique de style Western lorsque nous travaillons sur nos tracteurs. Laissez–moi vous dire que vous avez des auditeurs loyaux dans notre région, et je veux parler ici de la radio.

Le régionalisme est vivant et se porte très bien dans notre coin du monde. Le retrait des services météorologiques de Régina, il y a quelques années, a contrarié tous les agriculteurs de ma région, car les conditions météorologiques nous arrivent toujours de l'Ouest. Par conséquent, lorsqu'un agriculteur veut planifier sa journée ou sa semaine, il veut savoir où il s'en va. Le régionalisme. . .

M. de Jong (Régina—Qu'Appelle): Nous espérons que le gouvernement en fera autant.

M. McKinnon: Et bien, moi aussi.

Le président: Et qu'il améliorera les conditions météorologiques. C'est une responsabilité fédérale.

M. de Jong: Cela peut toujours traverser des frontières.

Le président: Interprovinciales, oui.

M. McKinnon: Ce à quoi je veux faire allusion, c'est que ces difficultés d'ordre national ne touchent pas uniquement la radiodiffusion. M^me^ Tremblay, je pense, a très bien expliqué certains des problèmes que connaît sa grande région géographique dans sa province et c'est ce qui est arrivé aussi dans les Prairies.

Voilà où je veux en venir. À la radio, dans notre région, l'information, semble–t–il, est assez bien équilibrée en provenance des deux côtés, de Régina et de Winnipeg. Il y a ceux qui choisissent d'écouter, selon leur tendance, l'un ou

[*Texte*]

of those centres. I think there was some disappointment in the northern part of the western side of Manitoba when Saskatoon did in fact go off the air a few years ago. Those decisions were made and are probably not going to be reversed. I recognize that you have had a difficult time resolving and rationalizing.

My comment is really again on the radio side. We really depend upon a lot of the information that is forthcoming, whether it is on grain marketing, which comes on at a particular time in the day, or local information that is pertinent to the region. I think, as has been said, nobody does it better than you people. I want to stress that.

The point I'm also alluding to here is that I've also observed in other areas of the industry where the private sector... I'll be very specific. I sat at a curling competition in Brandon two years ago and watched a competitor do the broadcasting, Monday through Friday. The CBC comes in and I'm sure they tripled the population of the people at ice level by the amount of equipment they put in place. When it got on television, it appeared to be about the same picture to everybody who was sitting remote to the arena.

• 1645

I guess I'm saying to you it should be better for the amount of personnel you apply to many of the projects. I wonder whether that is something you have been advised of by other critics many times, Madam Logan?

Mr. McEwen: Let me respond. I appreciate your comments and I think you make a good point. We're going to talk to you about some of the initiatives we're going to be taking on over the coming few years to address our own problems in the context of our financial challenges.

Crew sizes have been established at traditional levels: traditional union agreements, traditional work relationships and work practices. We've made some changes. You can actually see some of the changes on the Hill, right here. We are doing some pooling. We're not sending crews with four or five people. We're down to two or three now. So we're taking advantage of that. As technology has changed, we're also able to take advantage of it. That we're very conscious of, and we're working with our workforce, with our union leaders, to try to bring those down in a competitive line.

The other notion you introduced, though, is the notion of standards and quality. And there is a certain expectation. It is still, with all the technology, a very people–intensive business, whether it's a researcher or... You still have to research and develop that.

In some of the discussions we're having now—and others can share this with you—at what level is the standard, and at what price the quality? You have to make judgments about that. Do you make judgments that X show should have ten editorial resources? Can you do the same show with nine, or eight? What's that level? A lot of examination and discussion are going on about that, and that's been very much a part of our lexicon for the last six months to a year.

[*Traduction*]

l'autre de ces centres. Je pense que dans le nord de la partie Ouest du Manitoba, les gens ont été quelque peu déçus lorsqu'on a cessé de radiodiffuser à partir de Saskatoon il y a quelques années. Ces décisions ont été prises et elles ne seront sans doute pas renversées. Je reconnais qu'il n'a pas dû être facile de résoudre ces problèmes et de rationaliser.

Encore une fois, je veux parler ici de la radio. Nous dépendons vraiment beaucoup de l'information qui doit nous parvenir, que ce soit au sujet de la commercialisation du grain, laquelle nous arrive à une heure particulière de la journée, ou d'informations locales qui intéressent la région. Comme on l'a déjà dit, je pense que personne ne fait cela mieux que vous. Je tiens à le souligner.

Ce à quoi je veux faire allusion également, c'est que j'ai aussi observé le travail qui se fait dans le secteur privé... Je serai très précis. Il y a deux ans je me trouvais à une compétition de curling à Brandon et c'est un concurrent qui radiodiffusait alors cet événement du lundi au vendredi. Arrive Radio–Canada qui déploie un arsenal de matériel et au moins trois fois plus de gens sur la glace. Au moment de la télédiffusion du match, tous ceux qui se trouvaient éloignés de la patinoire voyaient une image qui semblait être pratiquement la même.

Ce que je veux dire, c'est que, compte tenu du personnel que vous affectez à bon nombre de projets, vos résultats devraient être meilleurs. Je me demande s'il vous est arrivé souvent d'entendre les mêmes conseils formulés par d'autres critiques, madame Logan?

M. McEwen: Permettez–moi de répondre à cette question. Je vous remercie de vos observations qui sont tout à fait pertinentes. Nous allons vous parler de certaines initiatives que nous comptons prendre ces prochaines années pour résoudre nos problèmes personnels dans le contexte de nos compressions budgétaires.

La taille des équipes a été établie au niveau traditionnel: en fonction de conventions collectives, de relations de travail et de méthodes de travail traditionnelles. Nous avons apporté certains changements. Vous pouvez les constater ici même, sur la Colline. Nous regroupons les équipes. Ces dernières ne se composent plus de quatre ou cinq personnes, mais de seulement deux ou trois désormais. Nous profitons donc de ce système. Il nous est possible également de profiter del'évolution technique. Nous travaillons en collaboration avec nos employés et nos dirigeants syndicaux pour essayer de nous aligner davantage sur la concurrence, car nous sommes très conscients du problème.

Vous avez soulevé la question des normes et de la qualité du service. On s'attend à un résultat. Malgré toute la technologie dont on dispose, notre secteur d'activité reste très travaillistique, qu'il s'agisse de recherchistes ou... il faut, de toute façon, étudier la question plus avant.

Au cours de certaines discussions auxquelles nous participons actuellement—et d'autres pourront vous donner leur avis sur ce point—à quel niveau la norme est–elle fixée et à quel prix la qualité revient–elle? C'est une question de jugement. Faut–il décider de consacrer 10 employés du montage à telle ou telle émission? Ou peut–on faire la même chose avec neuf ou huit personnes seulement? Quel est ce niveau? Cette question fait l'objet d'examens et de discussions approfondis et elle est au coeur de nos préoccupations depuis environ un an.

[*Text*]

The Chairman: I suspect we'll be having a chance to return to the television theme tomorrow, and then we'll be coming back with your interim presentation after you've finalized your plans.

Mme Gagnon (Québec): Ma question s'adresse à M. Pépin de la radio. Y aurait–il des économies à faire en combinant le réseau AM et le réseau FM? On sait que, dans certaines régions, quand on se déplace, on perd le AM; pour capter la même émission, on doit syntoniser sur le FM. Donc, est–ce qu'il y aurait des économies à faire en jumelant le AM et le FM?

On sait très bien que la réception est meilleure sur le FM.

M. Pépin: Quand vous syntonisez le FM en sortant de la région de Québec, par exemple, vous captez exactement le même programme qu'au AM. Comme il n'y a pas de bande AM de disponible, il y a une bande FM. Ce n'est pas le même FM. Le FM stéréo a sa propre programmation de 24 heures et le AM diffuse pendant 19 heures, à la fois sur AM et sur FM. Je sais que c'est un peu compliqué, mais c'est comme cela. C'est comme cela dans tout le pays parce que les bandes disponibles pour les régions plus isolées étaient des bandes FM.

Bien sûr, s'il y avait fusion des deux services, il y aurait économie. Lorsqu'on a deux voitures et qu'on se défait de l'une d'elle, cela coûte moins cher.

Mme Gagnon: Donc, vous dites qu'il y aurait une économie à faire si on arrivait. . .

M. Pépin: Il faut s'entendre. Si on allait uniquement sur FM, je ne pense pas qu'il y aurait d'économies. On ne peut pas y aller parce qu'il n'y a pas de bandes disponibles. On aimerait tous aller davantage sur le FM, mais il n'y a pas de bandes disponibles.

Mme Gagnon: J'aimerais poser une question aux gens de la télévision. Je viens de la région de Québec, plus précisément de la ville de Québec.

• 1650

Il est très frustrant la fin de semaine de ne pas avoir les nouvelles à Radio–Canada. On est donc obligé de regarder les nouvelles ailleurs. C'est très frustrant. Serait–il possible d'avoir, je ne sais pas, 30 minutes de nouvelles le samedi et 30 minutes le dimanche? Parce que, comme l'a dit M^me^ Tremblay tout à l'heure, s'il se passe quelque chose d'important, on ne peut pas avoir le son de cloche de Radio–Canada.

M. Racicot: Oui, on prend note de ce commentaire, madame. Dans les nombreuses consultations qu'on fait, c'est un commentaire qui nous revient souvent. C'est un projet qu'on voudrait mettre de l'avant. La seule raison qui nous en empêche présentement c'est une question de financement. Mais je pense qu'aussitôt qu'on pourrait trouver le financement, ce serait une des activités de programmation qu'on voudrait retrouver.

Le président: Peut–être qu'on pourrait passer maintenant à M. Szabo.

Mr. Szabo (Mississauga South): Thank you, Mr. Chairman.

As a new member of Parliament, I'm learning very quickly the pulse of the people in my constituency and sometimes even beyond my constituency. As we get into budget consultations, undoubtedly, when you throw back the demand to reduce the deficit, you ask, "what specifically", and as you well know, CBC does come up often.

[*Translation*]

Le président: Je suppose que nous aurons l'occasion demain de revenir sur la question de la télévision, et nous reprendrons votre mémoire provisoire lorsque vous aurez finalisé vos plans.

Mrs. Gagnon (Quebec): My question is for Mr. Pépin from the radio network. Would consolidation of the AM and FM networks bring about some savings? As we know, in some areas, we lose the AM signal as we move along; in order to receive the same program, one must go to the FM band. Therefore, would any savings to be made if the AM and FM networks were to be combined?

Everyone knows that reception is better on FM.

Mr. Pépin: When you listen to FM stations as you leave the Quebec area, for instance, you get exactly the same program as on AM. As there is no AM band available, there is an FM band. It is not the same FM. The stereo FM network has its own 24 hour programming and the AM network broadcast for 19 hours, both on AM and FM waves. I know this sounds a bit complicated, but that is how it works. It is the same throughout the country because available bands in remote areas were FM bands.

Of course, if we were to combine both services, there would be some savings. When you have two cars and get rid of one of them, your costs are reduced.

Mrs. Gagnon: Thus, you said that there would be some savings if we could. . .

Mr. Pépin: Let us be very clear. If we would keep only the FM band, I don't think we would make any savings. It is not possible because there is no available bands. We would all like to use the FM band, but none are available.

Mrs. Gagnon: I would like to ask a question from the television people. I come from the Quebec area, specifically from Quebec City.

It is very frustrating to be without news on CBC during the weekends. We are therefore compelled to watch the news elsewhere. It is very frustrating indeed. Would it be possible to have let's say 30 minutes of news on Saturday and 30 minutes of news on Sunday? Because, as Mrs. Tremblay just mentioned, if some important event occurs, we cannot have CBC's side of the story.

Mr. Racicot: Yes, we are taking note of that comment, Madam. In our numerous consultations, it is a comment that often comes around. That is a project that we would like to put forward. Our only constraint is financing. But I think that as soon as we can find the necessary funds, it would be a program activity that we would like to resume.

The Chairman: Maybe we could now give the floor to Mr. Szabo.

M. Szabo (Mississauga sud): Merci, monsieur le président.

Étant donné que je suis un nouveau député, j'apprends très rapidement à jauger l'opinion des gens de ma circonscription, et même d'ailleurs. Au moment où nous commençons nos consultations sur le budget, vous n'êtes pas sans savoir que lorsqu'on leur demande «quelles mesures précises» devraient être prises pour réduire le déficit, la question de Radio–Canada revient souvent sur le tapis.

[*Texte*]

A voice: From time to time.

Mr. Szabo: Very often, and it's a simple case to say, well, the CBC must be doing something.

Mr. McEwen, you have referred to the mandate of CBC. Certainly we don't have to go over the mandate. I think people do understand, at least in this room, and many Canadians understand the important mandate CBC has in Canada.

I don't know who would want to answer this. How much public support is necessary to achieve that mandate? Clearly that mandate cannot allow CBC... I think the assumption is that CBC would not be a break–even or a profitable enterprise with that mandate. How much support, what percentage of your operations must be publicly funded, and what's the best you could possibly do in terms of the performance of CBC and still achieve the objectives under your mandate?

Mr. McEwen: Can I maybe come at it in a slightly different way, because I'm not quite sure that it's useful for me to speculate about percentages or dollars and cents.

Mr. Szabo: Can we agree that some public support would necessarily always be required?

Mr. McEwen: Absolutely, and that public support, you know, with respect, sir, is really defined through Parliament. We had a new Broadcasting Act that was put through and declared in June 1991. That new Broadcasting Act defines not only the CBC and its mandate, but in fact all the elements of the Canadian broadcasting system. The will of Parliament is expressed in that act, which was put through three years ago, which confirmed a certain mandate for the CBC.

I think the issue that's on the table is that we know that historically from time to time Parliament has revisited its commitment to public broadcasting and the public broadcaster and how it's expressed. The issue here is whether the country wants a public service broadcaster. That's the issue. Public service broadcasters don't make a profit. They're there to provide a public service.

Mr. Szabo: Okay. If I may, then—and this is really the point I want to ask—I need some help in responding to Canadians. What is CBC doing on an ongoing basis to communicate to Canadians what its mandate really is, so that this feeling of "hit CBC" is tempered in the light of the reality of the mandate you have? What are you doing on an ongoing basis?

Mr. McEwen: We could list all kinds of things, and maybe we should do that for you, because we certainly have in a communication sense.

[*Traduction*]

Une voix: De temps à autre.

M. Szabo: Très souvent, et il va de soi qu'on se dise que la SRC doit faire quelque chose.

Monsieur McEwen, vous avez fait allusion au mandat de la SRC. Nous n'avons certes pas à nous interroger là–dessus. Je pense que les gens sont conscients, du moins ceux qui sont dans cette salle, à l'instar de nombreux Canadiens, de l'important mandat qui est confié à la SRC au Canada.

Je ne sais trop qui d'entre vous voudrait répondre à cette question. Dans quelle proportion la SRC a–t–elle besoin des deniers publics pour remplir ce mandat? Il est clair que ce mandat ne permet pas à la SRC de... On tient pour acquis, je pense, que la SRC ne pourrait pas s'autofinancer ni être une entreprise rentable avec le mandat qu'on lui a confié. Dans quelle mesure dépendez–vous des deniers publics, quel est le pourcentage de vos activités qui doivent être financées par le gouvernement et, dans la meilleure hypothèse, que pouvez–vous faire par vous–mêmes, à la SRC, pour avoir une programmation de qualité tout en atteignant les objectifs prévus dans votre mandat?

M. McEwen: J'aimerais, si vous me permettez, aborder cette question sous un angle un peu différent, car je ne suis pas sûr qu'il serait utile que je me mette à spéculer au sujet des pourcentages ou des dollars et des cents.

M. Szabo: Sommes–nous d'accord pour dire qu'une certaine part de financement public sera toujours nécessaire?

M. McEwen: Absolument, et l'ampleur de ce financement public est, je vous le rappelle, vraiment définie par le Parlement. Il y a eu une nouvelle loi sur la radiodiffusion qui a été adoptée et sanctionnée en juin 1991. Cette nouvelle loi définit non seulement la structure de la SRC et son mandat, mais en fait, tous les éléments du système de la radiodiffusion canadienne. La volonté du Parlement est exprimée dans cette loi qui a été adoptée il y a trois ans et qui a confirmé le mandat confié à la SRC.

La question dont nous sommes saisis, je pense, découle de notre conscience du fait qu'au fil des ans, le Parlement a révisé son engagement à l'égard de la radiodiffusion et de son diffuseur public et de la façon dont le message doit être véhiculé. Ce que nous devons nous demander ici, c'est si notre pays veut avoir un service de radiodiffusion publique. C'est là la question. Les radiodiffuseurs publics ne sont pas des entreprises à but lucratif. Ils sont là pour dispenser un service public.

M. Szabo: Très bien. Mais si vous me le permettez, j'ai besoin—et c'est vraiment là le sens de ma question—qu'on m'aide, car j'aimerais savoir quoi répondre aux Canadiens. Quels moyens concrets la SRC prend–elle pour renseigner les Canadiens sur le sens à donner à son mandat, pour atténuer cette impression qu'il faut «mettre la hache dans la SRC»? Quelles mesures prenez–vous au jour le jour dans ce but?

M. McEwen: Nous pourrions vous énumérer toute une série de mesures, et peut–être devrions–nous le faire à votre intention, car nous faisons certainement des choses en ce sens sur le plan de la communication.

[*Text*] [*Translation*]

• 1655

Ms Logan and Mr. Racicot have gone through a number of things at the community level, when we are in the community going to meetings, participating in the cultural organizations. We hope that through all of that, sinking roots right into those communities and being part of them, we would get some feedback and some relationships and some understanding. It's one thing to do it in a community like Regina or Fredericton, which are smaller and you can have that kind of visibility, but it's tougher in a larger community to hit individual citizens of that community.

Mme Logan et M. Racicot ont passé en revue un certain nombre de mesures que nous prenons au niveau communautaire, quand nous allons assister à des réunions communautaires ou participer à des activités d'organismes culturels. Nous espérons que, grâce à toutes ces activités, le fait de planter nos racines directement dans ces communautés et de nous y intégrer nous permettra de susciter des réactions et de créer des liens et un certain climat de compréhension. C'est relativement facile à réaliser dans des villes comme Regina ou Fredericton, qui sont plus petites et où il est possible d'avoir ce genre de visibilité, mais dans une grande ville, il est plus difficile d'atteindre les individus un à un.

Mr. Szabo: In the spots between your programming, has anybody ever thought of declaring ''Canada's public broadcasting'' or ''Canada's cultural network''?

M. Szabo: À l'intérieur des plages qui se situent entre les émissions, quelqu'un a–t–il déjà pensé à déclarer qu'il s'agit de la «station de radiodiffusion publique canadienne» ou du «réseau culturel du Canada»?

Mr. McEwen: Where we have gone in terms of our publicity is the whole ''go public'' campaign—Canada's national public broadcaster. All his station breaks and his station breaks say the same thing. We have tried 1–800 numbers, feedback on programs, faxes and what not. In fact, out of any private or public service we are the most responsive in terms of individual program feedback and station feedback at the station level. We have all those techniques in play.

M. McEwen: Pour augmenter notre visibilité, nous avons mis sur pied tout un système de consultations publiques en tant que radiodiffuseur national du Canada. Toutes nos stations tiennent le même langage. Nous avons fait installer des lignes sans frais, des télécopieurs et quoi encore, pour connaître la réaction de nos auditeurs au sujet des émissions. En fait, de tous les radiodiffuseurs privés ou publics, nous sommes le réseau qui tient le plus compte des opinions de ses auditeurs, que ce soit au sujet des émissions ou de l'exploitation de la station elle–même. Nous nous servons de toutes ces techniques.

I don't think it's quite enough yet. We have to put some formal things into play, and we'll talk about some of the improvements we want to make in accountability. But we have tried to do an awful lot and we've tried to really promote the notion of the public broadcaster, Canada's national public broadcaster.

Je ne pense pas que ce soit suffisant. Nous devons prendre des mesures concrètes et nous reparlerons de certaines améliorations que nous voulons mettre en place pour accroître notre imputabilité. Nous avons fait énormément d'efforts et avons essayé de promouvoir vraiment la notion de radiodiffuseur public, de radiodiffuseur public national du Canada.

The Chairman: Mr. de Jong.

Le président: Monsieur de Jong.

Mr. de Jong: I wish to thank the witnesses for an interesting presentation this afternoon.

M. de Jong: J'aimerais remercier les témoins des exposés intéressants qu'ils nous ont présentés cet après–midi.

Again, I just wish to echo what everybody around the table has stated. Everybody says leave radio alone, they love radio, and then they go in with all the bitches on television.

Une fois de plus, j'aimerais simplement faire écho à ce qui a été dit par tout le monde autour de la table aujourd'hui. Tout le monde dit qu'il faut laisser faire la radio, que les auditeurs aiment la radio, puis on y va de toutes sortes de critiques contre la télévision.

I was on a CBC phone–in show in Regina around two weeks ago discussing the topic of the report on whether there should be special taxes to finance CBC. Overwhelmingly everybody was against special taxes. Their line was, as one caller very distinctly put it, if the CBC wants to make enemies, that's the way to go. It would be the death of the CBC for any new taxes to be raised to support it.

J'ai participé il y a deux semaines à une tribune radiophonique à Regina, où l'on discutait de l'opportunité de prélever des taxes spéciales pour financer la SRC. En très grande majorité, les auditeurs se sont dits contre l'imposition de taxes spéciales. Ils semblaient d'avis, comme un auditeur l'a très clairement exprimé, que si la SRC voulait se faire des ennemis, c'était le bon moyen. Ce serait la mort de la SRC si de nouvelles taxes étaient imposées pour la financer.

CBC radio has a very strong and loyal listening in my part of the country too. All of my friends listen to the CBC, but my kids don't and their kids don't. I think the CBC, especially CBC radio, has a serious problem. I know *Definitely Not the Opera*.

La radio de Radio–Canada a un auditoire très important et très fidèle dans ma région également. Tous mes amis écoutent Radio–Canada, mais mes enfants ne le font pas et leurs enfants non plus. À mon avis, la SRC, et tout particulièrement la radio

[*Texte*]

It's a fun show that I enjoy listening to. I'm not certain if my kids. . .they might get it if they are flipping the channel and just happen to catch it, but I don't think you have any loyal audience among generation X.

Mr. Redekopp: I would agree; we don't serve that audience very well. We have made some attempts—I would call them interim attempts—on the radio network but also in stereo. It's not perfect but it's at least an address. We have set aside a block of time from 7 p.m. Saturday to 5 a.m. the next morning during which we invite people between the ages of 25 and 35 to sample popular music and culture.

Ultimately, though, the answer is not to try to please the serious music crowd and young people on the same channel. Every major public broadcaster in the world has multichannel services. Australia has five; the BBC has six. I think in a multichannel environment we're going to have to look at getting a CBC youth channel up, possibly through partnership. I totally agree with you that this is a lost generation for us. I think the efforts we're making are laudable, but they're not going to work terribly well when we try to combine two different audiences on one channel.

Mr. Pineau: If I may add one brief thing, the problem is compounded by the distribution system. We are only AM band. All the data show—and you have the statistics—that young people don't even know about the existence of the AM band. In the early 1980s we presented a plan to the CRTC to move our services to the FM band because we knew this was the trend. We were denied that partly because if we had done so it would have hurt private broadcasters on the AM band. So I suppose we have to wait for all of them to die in order to do it.

• 1700

Some hon. members: Oh, oh.

The Chairman: You have to wait for digital radio, which will allow band compression.

Mr. de Jong: It is conceivable that the CBC and the rest of the country, given the finances, are going to have to make some very hard decisions with the crunch coming down the road. You closed the station in Windsor, but then it got reopened.

Apparently there is a whole new regime and a whole new way of doing things. Are people happy or are they not happy? Later on we will hear from the unions as well in terms of their reaction to it. I would be interested to hear from you what your experience has been with the re-opening of the Windsor station. Is this a possible example of how broadcasting can occur under the CBC in the future?

Mr. McEwen: Donna Logan may want to add to this, since she was very much a part of the discussion that led to this event.

[*Traduction*]

de Radio-Canada, a un sérieux problème. Je connais l'émission *Definitely Not the Opera*. C'est une émission drôle que j'aime bien écouter. Je ne suis pas sûr que mes enfants... ils l'ont captée peut-être parfois au passage en changeant de station, mais je ne pense pas que vous ayez un auditoire très fidèle parmi les jeunes pour cette émission.

M. Redekopp: Je vous l'accorde; nous ne servons pas très bien cet auditoire. Nous avons fait certaines tentatives—et je les qualifierais de tentatives provisoires—sur le réseau radio mais également sur le réseau qui diffuse en stéréo. Nous n'avons pas atteint la perfection, mais au moins c'est un début. Nous avons réservé un créneau de 19 heures le samedi à 5 heures le lendemain au cours duquel nous invitons les auditeurs de 25 à 35 ans à écouter des échantillons de musique et de culture populaire.

En bout de ligne, cependant, la solution ne consistera pas à essayer de plaire en même temps aux mélomanes et aux jeunes sur la même chaîne. Tous les grands radiodiffuseurs publics au monde offrent des services sur plusieurs chaînes. L'Australie en a cinq; la BBC six. Je pense que dans un environnement à chaînes multiples, nous allons devoir songer à réserver une chaîne pour les jeunes, que nous allons peut-être exploiter en collaboration avec les jeunes. Je suis tout à fait d'accord avec vous qu'il s'agit d'une génération perdue pour nous. Je pense que les efforts que nous déployons sont louables, mais qu'ils ne porteront pas de nombreux fruits tant que nous essaierons de combiner deux auditoires différents sur une même chaîne.

M. Pineau: Permettez-moi d'ajouter brièvement que la sorte de réseaux de distribution complique le problème. Nous ne diffusons que sur la bande MA. Toutes les données illustrent—et vous avez la statistique en mains—que les jeunes ne connaissent même pas l'existence de la bande MA. Au début des années 80, nous avons présenté un plan au CRTC en vue de changer nos services et de passer à la bande MF car nous savions que la tendance allait dans ce sens. On nous l'a refusé, en partie parce que cette façon de procéder aurait pu causer préjudice aux radiodiffuseurs privés sur la bande MA. Je suppose donc qu'il va falloir attendre qu'ils meurent tous pour pouvoir le faire.

Des voix: Oh, oh!

Le président: Il vous faudra attendre la radiocommunication numérique, qui permettra de comprimer les fréquences sur les bandes.

M. de Jong: Il se peut que, compte tenu de notre situation financière, la SRC et le reste du pays aient des décisions très difficiles à prendre, vu l'impasse qui s'annonce. Vous avez fermé la station de Windsor, mais elle a été rouverte depuis.

Apparemment, tout a changé, y compris le mode de fonctionnement. Les gens sont-ils heureux ou non? Plus tard, nous entendrons les opinions des syndicats et nous verrons ce qu'ils en pensent. Je serais intéressé de savoir comment vous avez vécu la réouverture de la station de Windsor. Est-ce là un exemple de la façon dont la SRC pourrait gérer la radiodiffusion dans l'avenir?

M. McEwen: Donna Logan a peut-être un mot à ajouter à ce sujet, car elle a été associée de très près aux discussions qui ont mené à cet événement.

[*Text*]

The short answer is yes, this has great potential for the future. It is an experiment, an experiment that is combining three things. One is new technologies, the ability to go out and be able to have a camera that a video journalist can use. You don't have to send two or three people out. Understandably, you can only use it on certain kinds of stories. You have on–line linear editing and all of these kinds of technical terms, which really mean savings and people powered to get the product to air in terms of the technical plant and a stretching of your editorial resource.

The second part of the experiment is a willingness and indeed a partnership with our unions to ask if we can create a flexible sense of work environments, of multi–skilling jobs or multi–skilled jobs: can we find the right way on the one hand that doesn't exploit but on the other hand is a creative use of the resource, and in fact enhances the individual in the job? There have been a lot of rules that have been laid out as an experiment to see whether it works.

The third element is that we said it couldn't be a drain on the corporation's resources beyond the start–up. Will it pay for itself, in this particular case? Because we just don't have the kind of money to divert to it. So it is also somewhat reliant on how well we do in the market in terms of commercial local sales.

All of those elements are now into play. The program starts October 3. We will give it a year. It is being kind of mutually managed between CBC and the unions, evaluated and worked on. It is a very interesting and frankly a very productive thing. It might be a model for some interesting things in the future. You have hit on an important point.

Ms Logan: Because I sit on the joint committee executive committee that manages this project, I have to say it is one of the most exciting things that is happening at CBC, and it has a lot of promise for our future.

We have had a long start–up. The reason is that a lot of the people who are going to be going out and playing journalistic roles were formerly camera people. And a lot of the journalists are learning how to use cameras. We have new technology in there, which is not in use anywhere else in the system, but has terrific potential because it has a lot of savings in terms of manpower. The hand–held camera won't be used in every situation, but in many of the situations we now cover it can enable us to send one person instead of a whole crew.

It has tremendous potential, and I will be very surprised if the unions say anything but good about the Windsor project, because they are very, very enthusiastic, I think, like the managers are enthusiastic beyond what they expected about the

[*Translation*]

Bref, je dirais que oui, cette option offre de grandes possibilités pour l'avenir. C'est une expérience, une expérience qui comporte trois éléments. Premièrement, l'adoption de nouvelles technologies, d'un mode de fonctionnement qui nous permet de déléguer sur place un journaliste avec un vidéoscope. Il n'est plus nécessaire d'envoyer deux ou trois personnes sur le site de l'événement. Bien sûr, on ne peut se servir de cette technique que pour certaines catégories de reportages. On fait le montage linéaire en direct et on utilise toutes sortes d'autres moyens dont il est question dans le jargon technique, si bien que nous réalisons vraiment des économies et que nous donnons à nos employés la latitude voulue pour produire le reportage sur le plan technique, ce qui nous permet d'utiliser au maximum notre personnel de rédaction.

Le second volet de l'expérience réside dans la volonté que manifestent nos syndicats de travailler en partenariat avec nous pour voir s'il est possible de créer un milieu de travail souple où les effectifs sont polyvalents ou accomplissent des tâches qui font appel à des compétences multiples: pouvons–nous trouver un moyen, d'une part, de ne pas exploiter nos effectifs tout en utilisant, d'autre part, nos ressources de façon créatrice et en valorisant vraiment l'individu au travail? On a établi une foule de règles à titre expérimental pour voir si le système fonctionne.

Troisièmement, nous nous sommes dit qu'on ne pourrait pas drainer les ressources de la société au–delà de ce qui est nécessaire pour lancer l'affaire. L'expérience s'autofinancera–t–elle, dans ce cas en particulier? Parce que nous n'avons tout simplement pas de fonds suffisants à y consacrer. Le succès dépendra donc également de la façon dont nous réussirons à percer le marché des annonceurs locaux.

Tous ces éléments sont maintenant en action. Le programme début le 3 octobre. Nous nous donnons un an. La station est cogérée en quelque sorte par la SRC et les syndicats, qui s'auto–évaluent et élaborent des plans de travail. L'expérience est très intéressante et franchement très productive. Elle pourrait servir de modèle à des initiatives intéressantes dans l'avenir. Vous avez touché là un point important.

Mme Logan: Étant donné que je siège au comité directeur mixte qui gère ce projet, je dois dire que c'est un des événements les plus emballants qui soit survenu à la SRC, et qu'il offre énormément de promesses pour l'avenir.

L'opération a été longue à lancer. La raison en est qu'un grand nombre des personnes qui seront appelées à jouer le rôle de journaliste étaient d'anciens cameramen. Il y a aussi beaucoup de journalistes qui apprennent à se servir des caméras. Nous avons implanté une nouvelle technologie qui n'est utilisée nulle part ailleurs dans le réseau, mais qui offre des possibilités fantastiques, car elle permet de réaliser d'importantes économies sur le plan de la main–d'oeuvre. La caméra portative ne sera pas utilisée dans tous les cas, mais dans un grand nombre d'événements que nous couvrons actuellement et que nous couvrirons, elle nous permettra de déléguer une personne au lieu d'une équipe entière.

L'expérience offre énormément de possibilités, et je serai très surprise si les syndicats n'ont pas que du bien à dire au sujet du projet de Windsor, car ils sont très, très enthousiastes, je pense, tout comme les gestionnaires qui considèrent que les

[*Texte*]

way this thing is working so far. We saw some film at our meeting the other day of the early efforts that had been made by the reporters and the camera to do each other's work. They were fairly primitive, but in three months' time the improvement was just amazing. So when we go to air on Monday we really have quite high expectations.

[*Traduction*]

résultats accomplis jusqu'à maintenant sont au–delà de leurs espérances. Nous avons visionné un film à notre réunion l'autre jour, qui montrait les premiers efforts déployés par les journalistes pour apprendre le travail des cameramen et vice versa. Ils étaient plutôt gauches, mais en trois mois, les améliorations sont tout simplement fantastiques. Par conséquent, quand nous serons en ondes lundi prochain, nous nous attendons vraiment à des surprises.

• 1705

The Chairman: Good luck with that.

I have just two questions, one for Donna Logan and one for Harold Redekopp. The one for Harold is naughty, so I'll hold off on it.

I want to come back to the point that Madam Tremblay made about regions and definitions. I am going to go and look at the Halifax regional operation during our week away. The thing that confuses me a little bit is that on the one hand there are nine official English regions and seven French regions. On the other hand, there is a movement to smaller and smaller subsets, and I assume the smallest subset of a region is a station. Smaller than that you can't get. That's the basic building block.

Ms Logan: Well, a bureau.

The Chairman: Sorry, a bureau, or Jan Brown's little hole in the wall where you could dial a number, or something. The problem I have, and I expressed it yesterday, is I am not quite sure why you need the formal regional structure to achieve the kinds of things you describe here. I assume that the stations can phone each other up in a region and collaborate on *Land and Sea*, or whatever else. I assume that the radio service can phone directly to Halifax to do whatever it needs to do.

The part that I find curious is the notion that there is a sort of overhead, which would have a whole financial regime, a whole human resources regime, and presumably English and French as well, in several of your locations. I don't understand, if the tendency is towards smaller and smaller units, which will eventually become stations and the stations can talk go each other, why the heck they need this intermediate beast called a region. Why can't they communicate directly with world headquarters, or directly with each other? Who needs a region?

Mr. McEwen: Let me make a comment. It's unfair to have the two vice–presidents abolish their jobs in front of the committee.

The Chairman: I'm counting on you.

Some hon. members: Oh, oh.

Mr. McEwen: I'm trying to get a handle on how to go at it, because obviously I wasn't making myself very clear yesterday either. Maybe Donna and Pierre want to chime in because of their experience.

Le président: Bonne chance dans cette expérience.

J'aurais juste deux questions, une pour Donna Logan et une pour Harold Redekopp. Celle pour Harold est un peu méchante, de sorte que je vais attendre avant de la poser.

Je voudrais revenir au point soulevé par M^me^ Tremblay au sujet des régions et de leur définition. Je vais aller voir sur place comment fonctionne le bureau régional de Halifax durant la semaine que nous passerons là–bas. Ce qui m'intrigue un peu, c'est, d'une part, qu'il y a neuf régions anglophones et sept régions francophones. D'autre part, la tendance est à l'établissement de sous–ensembles de plus en plus petits, et je présume que le sous–ensemble le plus petit d'une région est une station. Plus petit que cela, c'est impossible. C'est l'élément de base du système.

Mme Logan: Il pourrait y avoir un bureau.

Le président: Je m'excuse, un bureau, ou le petit trou qu'on a pratiqué dans le mur pour Jan Brown pour lui permettre de signaler un numéro, par exemple. Mon problème, et j'en ai fait état hier, c'est que je ne suis pas trop sûr de savoir pourquoi vous avez besoin d'une structure régionale officielle pour réaliser le genre de choses que vous avez décrites ici. J'imagine que les stations peuvent communiquer entre elles par téléphone dans une région pour collaborer à l'émission «Land and Sea», par exemple. J'imagine que la station de radio peut téléphoner directement au bureau d'Halifax pour faire ce qu'elle doit faire.

Ce que je trouve drôle, c'est qu'il y a une sorte de superstructure, qui doit avoir tout un budget, tout un bassin de ressources humaines anglophones et francophones, je suppose, à plusieurs endroits. Je ne comprends pas, si la tendance est à l'instauration d'unités de plus en plus petites, qui deviendront éventuellement des stations, et si les stations peuvent se parler entre elles, pourquoi diable il faudrait une structure intermédiaire qu'on appelle une région. Pourquoi les stations ne peuvent–elles pas communiquer directement avec les principaux bureaux mondiaux ou directement entre elles? Qui a besoin d'une région?

M. McEwen: Laissez–moi vous dire ceci. Il est injuste de demander aux deux vice–présidents d'abolir leurs fonctions devant le comité.

Le président: Je compte sur vous.

Des voix: Oh! Oh!

M. McEwen: J'essaie de trouver une façon de procéder, car il est évident que je n'ai pas réussi à me faire comprendre hier. Peut–être Donna et Pierre voudraient–ils faire une tentative étant donné leur expérience.

[*Text*]

The Chairman: Maybe I'll know after I go to Halifax.

Mr. McEwen: Maybe you will.

There are a few things that happened already. If you have a director of radio in Halifax or Rimouski, that director of radio talks to the networks all the time. Directors are talking to programming people there. They're sharing ideas, whether it's news or current affairs. They don't call the regional director and say "Can I have permission?" or "Would you call so and so?" They don't call Pierre Racicot or Donna Logan. They're dealing on a program basis all the time, and that's not going to change. There is no bureaucratic body that gets into the way of that interface. But you still have to pay people in those locations. You still have to administer union—

The Chairman: I thought you centralized your pay operations.

Mr. McEwen: Some things, but you also have bill payments. You've got a local sales force. You've got all your local artists' payroll, not a staff payroll. I could go on and on and on, and we'll probably get into this in more depth because this is something you want to do.

We're spending a lot of time—I tried to indicate this—finding ways to take all the duplication out of that, but even if you changed the structure and said to regional broadcasting "You don't exist any more", you'd still need to have somebody to head up that location and was responsible for it. Do you assign that to the director of radio or the director of television? Since there are no directors of television any more and the regional directors are the directors of television, you'd probably keep a regional director there, or some form of that, or a location manager, or something.

You'd still probably need to have somebody in finance at least just to make sure that the bills are routed, that the local suppliers are paid, and all those kinds of things. And you'd still need somebody, particularly in the larger regions, to administer the collective agreements, the compensation packages, the normal regulatory things of doing business. You can't have a location with 350 people in it and not have some form of personnel resource.

[*Translation*]

Le président: Peut–être que j'aurai appris ce que je veux savoir après être allé à Halifax.

M. McEwen: Peut–être.

Il y a un certain nombre de choses qui se sont déjà produites. S'il y a un directeur de radio à Halifax ou à Rimouski, ce directeur s'adressera aux réseaux constamment. Les directeurs parlent au personnel de la programmation là–bas. Ils se communiquent des idées, que ce soit à propos des nouvelles ou des affaires courantes. Ils n'appellent pas le directeur régional pour lui demander une permission ou pour lui demander d'appeler quelqu'un quelque part. Ils n'appellent pas Pierre Racicot ou Donna Logan. Ils s'occupent de la programmation tout le temps, et cela ne va pas changer. Il n'y a pas de superstructure qui s'interpose dans cette façon de fonctionner. Mais il reste qu'il faut rémunérer les gens à ces endroits, il faut s'occuper des questions syndicales. . .

Le président: Je pensais que vous aviez centralisé vos opérations de paie.

M. McEwen: Certains aspects, oui, mais il faut aussi payer les comptes. Il y a une équipe de vendeurs locaux. Il faut payer tous les artistes locaux, non le personnel régulier. Je pourrais poursuivre ainsi longtemps, et nous allons probablement entrer plus dans les détails de cette question, car vous semblez le souhaiter.

Nous passons beaucoup de temps—j'ai essayé de vous en faire la preuve—à essayer de trouver des moyens de supprimer les dédoublements, mais même si vous changiez la structure et faisiez disparaître les bureaux régionaux, vous auriez encore besoin de quelqu'un pour diriger la place et en être responsable. Confiez–vous cette responsabilité au directeur de la radio ou au directeur de la télévision? Puisqu'il n'y aurait plus de directeur de télévision et que les directeurs régionaux seraient directeurs de la télévision, vous auriez probablement besoin de conserver un directeur régional, peu importe comment on l'appellerait, ou un gestionnaire local.

Vous auriez encore probablement besoin de quelqu'un aux finances, au moins pour vous assurer que les comptes sont acheminés à leurs destinataires, que les fournisseurs locaux sont payés et que toutes les questions de ce genre sont réglées. Et vous auriez probablement encore besoin de quelqu'un, en particulier dans les grandes régions, pour administrer les conventions collectives, les programmes d'indemnité, et pour s'occuper des fonctions qui s'effectuent normalement dans le cours des affaires. On ne peut avoir un bureau de 350 personnes et aucune forme de ressources pour le personnel.

• 1710

So we recognize that overhead is a problem and are working on ways to streamline it. The national payments centre was one way. We removed that from the system and we saved money from it. Other initiatives are on the way that we'll talk to you about.

The final part of it is that there is a modest structure—I don't know, it's not many people, there are seven or eight of them in Ottawa—

Ms Logan: Four directors and—

Donc, nous reconnaissons que cette structure pose problème et nous essayons de trouver des moyens de la rationaliser. Le Centre national des paiements en a été un. Nous l'avons supprimé et cela nous a permis de réaliser des économies. Nous envisageons de prendre d'autres mesures dont nous vous reparlerons.

Enfin, il y a une structure modeste—je ne sais pas très bien, il s'agit d'un petit nombre de personnes, sept ou huit à Ottawa. . .

Mme Logan: Quatre directeurs et. . .

[*Texte*]

Mr. McEwen: Yes, four directors and two...so that's six, who essentially administer and run regional broadcasting. They do the capital planning. That could be done by the networks, but you'd still have to hire somebody to do it. It's all those plants across the country and it's Ms Brown's obsolescence issue and all of those things. Somebody has to do that. So we have one person who does that. We still have to run up all the budgets and all the accounts.

The final part of that job is, who speaks for the regions at the corporate table, at the national table? Who gets in there and makes the advocacy argument?

One of the reasons for creating a regional broadcasting that is somewhat distinct from the networks is that this is a country made up of regions. When you have a central network organization, then, as sensitive and as concerned as that network may be, and as exemplary as for example CBC Radio is, you still need somebody to look after the basic interest of that region. That's what a vice–president does, or at least that's what we ask a vice–president to do.

So that's the theory behind it. Now, we can examine that theory and see whether it works or not, but that's how we've operated to date.

The Chairman: We'll probably come back and look at this again in the future.

The naughty question, Harold Redekopp, which we will have to discuss privately sometime, is what advice you would give English television about what they could possibly learn from English radio.

A voice: Well, Harold?

Mr. Redekopp: Actually, I might just leave you dangling on that one.

What we should say is that we have very different challenges. I think that's exactly what I would say. I don't have any easy answers for television. I would not be presumptuous enough to preach to English television.

The Chairman: I didn't think you would be. That is why it was a naughty question.

We look forward to the final of this round of sessions with you tomorrow, with a different cast of players. Thank you all for coming and for answering the questions. It has been a good afternoon.

This meeting stands adjourned.

[*Traduction*]

M. McEwen: Oui, quatre directeurs et deux... cela fait six personnes, qui essentiellement administrent et dirigent le bureau régional de radiodiffusion. Elles s'occupent de la planification des biens d'équipement. Cette tâche pourrait être effectuée par les réseaux, mais il faudrait encore engager quelqu'un pour s'en occuper. Il y a tous ces locaux répartis un peu partout dans le pays et la question de l'obsolescence dont a parlé M^me^ Brown et ainsi de suite. Quelqu'un doit s'occuper de cela. Il y a donc une personne qui est affectée à cette tâche. Il y a encore tous les budgets et tous les comptes.

Enfin, il faut se demander qui doit parler au nom des régions à l'administration centrale, à la table nationale? Qui doit se porter à leur défense?

Une des raisons pour lesquelles nous avons créé une structure régionale de radiodiffusion distincte des réseaux est que nous avons un pays composé de régions. Quand il y une organisation centrale de réseaux, quel que soit le degré de sensibilité de ce réseau par rapport à l'intérêt des régions, et même si cette organisation est aussi exemplaire que l'est le réseau radio de la SRC, il reste qu'il faut avoir quelqu'un pour défendre l'intérêt fondamental de cette région. C'est là le rôle du vice–président, ou du moins c'est la tâche qu'on lui demande d'accomplir.

Tels sont les principes directeurs. Évidemment, nous pouvons les examiner et vérifier s'ils répondent à leurs objectifs, mais c'est ainsi que nous avons fonctionné jusqu'à maintenant.

Le président: Nous reviendrons probablement sur cette question et la réexaminerons dans l'avenir.

La question méchante que je voulais vous poser, Harold Redekopp, et dont nous discuterons privément un bon jour, consiste à savoir quel conseil vous auriez à donner au réseau de télévision anglaise pour qu'il puisse s'inspirer de ce qui se fait à la radio anglaise.

Une voix: Eh bien, Harold?

M. Redekopp: Effectivement, je pourrais vous laisser languir à propos de cette question.

Ce que nous devrions dire, c'est que nous avons des défis très différents. Je pense que c'est exactement cela que j'aurais à vous répondre. Je n'ai pas de réponse facile en ce qui concerne la télévision. Je ne serais pas assez présomptueux pour dicter une orientation à la télévision anglaise.

Le président: Je ne pensais pas que vous le feriez. C'est pourquoi j'ai dit que c'était une question méchante.

Nous avons hâte de passer à la dernière série d'audiences avec vous demain, où nous entendrons un groupe d'intervenants bien différents. Je vous remercie tous d'avoir accepté notre invitation et d'avoir répondu aux questions. Nous avons passé une après–midi intéressante.

La séance est levée.

MAIL ➤POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid Port payé
Lettermail Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the Canadian Broadcasting Corporation:

Alain Pineau, Vice–President, Planning and Regulatory Affairs;

Michael McEwen, Senior Vice–President, Media;

Harold Redekopp, Vice–President, English Radio Services;

Marcel Pépin, Vice–President, French Radio Services;

Pierre Racicot, Interim Associate Vice–President, Regional Broadcasting Operations;

Donna Logan, Vice–President, Regional Broadcasting Operations and Media Accountability.

TÉMOINS

De la Société Radio–Canada:

Alain Pineau, vice–président, Planification et réglementation;

Michael McEwen, premier vice–président, Médias;

Harold Redekopp, vice–président, Services de la radio anglaise;

Marcel Pépin, vice–président, Services de la radio française;

Pierre Racicot, vice–président associé intérimaire, Exploitation radio–télévision régionale;

Donna Logan, vice–présidente, Responsabilité des médias et Exploitation radio–télévision régionale.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 29

Thursday, September 29, 1994

Chairperson: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 29

Le jeudi 29 septembre 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Briefing Session on the Canadian Broadcasting Corporation —French and English Television Networks

CONCERNANT:

Séance d'information concernant la Société Radio–Canada —réseaux de télévision française et anglaise

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

University of Toronto

First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chairperson: John Godfrey

Vice–Chairs: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville–Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Associate Members

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidentes: Eleni Bakopanos
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakvillle–Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Glen McKinnon
Louis Plamondon
Monte Solberg—(11)

Membres associés

Jim Abbott
Simon de Jong
Christiane Gagnon
Sharon Hayes

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

THURSDAY, SEPTEMBER 29, 1994
(35)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 3:32 o'clock p.m. this day, in Room 209, West Block, the Chairman, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Eleni Bakopanos, Jan Brown, John Godfrey, Suzanne Tremblay.

Acting Members present: Sue Barnes for Bonnie Brown, Rex Crawford for John Cannis, John Richardson for Albina Guarnieri, Bob Wood for Roger Gallaway.

Associate Members present: Simon de Jong.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: From the Canadian Broadcasting Corporation: Michèle Fortin, Vice–President, French Television Networks; Jim Byrd, Vice–President, English Television Networks; Michael McEwen, Senior Vice–President, Media; Alain Pineau, Vice–President, Planning and Regulatory Affairs.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee received a briefing from the Canadian Broadcasting Corporation. (*See Minutes of Proceedings and Evidence of Thursday, September 22, 1994, Issue No. 26*).

Michael McEwen, Jim Byrd, Michèle Fortin made statements and, with the other witness, answered questions.

At 5:17 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE JEUDI 29 SEPTEMBRE 1994
(35)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 15 h 32, dans la salle 209 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Eleni Bakopanos, Jan Brown, John Godfrey, Suzanne Tremblay.

Membres suppléants présents: Sue Barnes remplace Bonnie Brown; Rex Crawford remplace John Cannis; John Richardson pour Albina Guarnieri; Bob Wood pour Roger Gallaway.

Membre associé présent: Simon de Jong.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: De la Société Radio–Canada: Michèle Fortin, vice–présidente, Réseaux de télévision française; Jim Byrd, vice–président, Réseaux de télévision anglaise; Michael McEwen, premier vice–président, Médias; Alain Pineau, vice–président, Planification et réglementation.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité est informé par des cadres de la Société Radio–Canada (*voir les Procès–verbaux et témoignages du jeudi 22 septembre 1994, fascicule nº 26*).

Michael McEwen, Jim Byrd et Michèle Fortin font des exposés et, avec l'autre témoin, répondent aux questions.

À 17 h 17, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Thursday, September 29, 1994

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le jeudi 29 septembre 1994

• 1530

The Chairman: We're now beginning the fourth day of our discussions with the CBC. This will be the last session for the time being. We understand there will be a mid–term presentation, when they will have some of their strategic plans to discuss with us, and a final presentation which will come in mid–December roughly, when they will be able to respond to many of the things that have been said.

We want to get right down to it because Jan Brown has a plane to catch and we want to get her question in first. The subject is television. Mr. McEwen, would you please introduce Mr. Byrd and Madam Fortin.

Mr. Michael McEwen (Senior Vice–President, Media, English Television Networks, Canadian Broadcasting Corporation): Gladly, Mr. Chairman. Mr. Jim Byrd is vice–president of the English Television Networks and Michèle Fortin is vice–president, French Television. Alain Pineau is with us once again.

Before we hear from our two TV vice–presidents, Mr. Chairman, I wanted to deal for a moment with a concept that has come up several times around the table in the last three sessions, the idea that the CBC receives a subsidy from the federal government to make what is a non–economic operation.

This from our point of view is very misleading and, frankly, an unfair way of describing the relationship, implying that the CBC loses money through some kind of inefficiency and must be bailed out annually. This is simply not true.

What the CBC receives is payment for service. The federal government has cultural policy goals and has created the CBC through legislation to implement these goals. The government then pays for the service that the CBC provides. Because of the need to maintain the programming independence of the public broadcaster, the CBC is set up as an independent crown corporation at arm's length from the government, but the government is still paying for services that it wants to see performed.

For the record, the CBC does not run a deficit. It cannot by law run a deficit. It has a carry forward provision of plus or minus 3% of its operation, which is necessary for rational business management. But once again, the CBC does not run deficits and it is not bailed out with subsidies.

So with that clarification, Mr. Chairman, today we do indeed come to television. I would like to quote from our CRTC decisions concerning the renewal of our television licences that went on earlier this year, by way of introduction to Michèle and Jim.

The CRTC noted in their licence decision about our two television networks that:

Le président: Nous entreprenons maintenant la quatrième journée de nos discussions avec la société Radio–Canada. Ce sera notre dernière rencontre pour le moment. Dans le courant de l'automne, les représentants de la Société viendront, je crois, nous présenter leurs plans stratégiques puis, vers la mi–décembre, ils comparaîtront une dernière fois pour nous faire part de leur réaction aux témoignages que nous aurons entendus.

Commençons sans plus attendre et vu que Jan Brown a un avion à prendre, c'est elle qui posera les questions en premier. Il est question de la télévision. M. McEwen, ayez l'amabilité de nous présenter M. Byrd et M^me^ Fortin.

M. Michael McEwen (premier vice–président, médias, Société Radio–Canada): Très volontiers, monsieur le président. M. Jim Byrd est vice–président des réseaux anglais de télévision et M^me^ Michèle Fortin est vice–présidente du réseau français de télévision. M. Alain Pineau est à nouveau parmi nous.

Avant de céder la parole aux deux vice–présidents chargés de la télévision, monsieur le président, j'aimerais m'attarder un instant sur une affirmation formulée plusieurs fois autour de cette table au cours des trois dernières rencontres, à savoir que la SRC reçoit une subvention du gouvernement fédéral pour compenser la non–rentabilité de son exploitation.

Selon nous, cette affirmation est trompeuse et même injuste car elle laisse entendre que la SRC accuse des pertes pour cause d'inefficacité et qu'elle doit être renflouée chaque année. C'est faux.

Ce que touche la SRC, c'est le paiement en retour des services qu'elle a rendues. En effet, le gouvernement fédéral s'est fixé des objectifs en matière de politique culturelle et a adopté une loi pour créer la Société pour pouvoir atteindre ces objectifs. En retour, le gouvernement paie la Société pour les services qu'elle assure. Comme il est nécessaire de garantir l'indépendance en matière de programmation du radiodiffuseur public, la Société Radio–Canada est constituée sous la forme d'une société d'État autonome et indépendante du pouvoir. Toutefois, l'État acquitte le coût des services qu'il souhaite voir assurés.

Je le dis publiquement: la SRC n'est pas déficitaire. De par la loi qui l'a créée, elle ne peut pas avoir de déficit. Elle peut toutefois reporter sur l'exercice suivant environ 3 p. 100 de son budget d'exploitation, ce qui est conforme à une saine gestion commerciale. Mais je le répète, la SRC n'est pas déficitaire et n'est pas renflouée au moyen de subventions.

Cette mise au point faite, monsieur le président, nous allons effectivement vous parler de télévision. J'aimerais maintenant citer la décision du CRTC concernant le renouvellement de nos licences de télévision, accordées plus tôt cette année en guise d'introduction aux propos de Michèle et de Jim.

Dans sa décision concernant la licence d'exploitation de nos deux réseaux de télévision, le CRTC a déclaré:

[*Texte*]

Considering the impact that satellite-delivered foreign signals are expected to have in Canada, the need may be greater than ever for an outlet to express truly Canadian stories, ideas, and values... A strong Canadian national broadcaster is essential in this context. What Canadians require and expect of their CBC, more than of any other Canadian broadcaster, is that it provide the means for them to talk to one another about things Canadian. . .that it be a place where they can meet, a place where they can feel at home.

[*Traduction*]

Compte tenu des répercussions que les signaux étrangers transmis par satellite devraient avoir au Canada, il devient plus nécessaire que jamais d'avoir, parmi ces voix étrangères une tribune pour raconter des histoires et exprimer des idées et des valeurs vraiment canadiennes. Un radiodiffuseur public national canadien fort est indispensable dans ce contexte. Ce que les Canadiens attendent de leur SRC plus que de tout autre radiodiffuseur canadien et ce qu'ils lui demandent plus qu'à tout autre, c'est qu'elle leur fournisse les moyens de se parler de choses qui sont canadiennes (. . .), qu'elle leur fournisse un lieu de rencontre, un endroit où se sentir comme chez eux.

• 1535

That's the end of the quote. To help demonstrate some of that, we've supplied the clerk and therefore you and the members of the committee, sir, with copies of the presentations by the two television vice-presidents, and they will refer to these presentations, so the members can follow along.

Pour en faire la démonstration, nous avons remis à la greffière, et donc à vous et aux membres du comité, monsieur le président, le texte de l'exposé des deux vice-présidents responsables de la télévision. Comme ils s'en serviront pour leur exposé, les membres du comité pourront le suivre.

Jim, do you want to begin with English television, please.

Jim, je vous invite à commencer et à nous parler de la télévision de langue anglaise.

Mr. Jim Byrd (Vice-President, English Television Networks, Canadian Broadcasting Corporation): Thank you, Michael.

M. Jim Byrd (vice-président, Réseaux anglais de télévision, Société Radio-Canada): Merci, Michael.

Mr. Chairman and members of the committee, thank you for this opportunity to speak to you today. In my few minutes, I'm going to try to deal with a few points that I hope will help you as you review CBC's television activities. I'm going to touch on a little history, because I think it's important to know where we've come from. I'm going to talk about Canadian content a little, and I'm going to talk about a few of the ways in which we feel we are unique.

Monsieur le président et mesdames et messieurs membres du comité, je vous remercie de l'occasion que vous me donnez de m'adresser à vous aujourd'hui. Dans la brève période dont je dispose, je vais essayer de vous faire part de quelques observations qui, je l'espère, vous aideront à passer en revue les activités du réseau de télévision anglaise de la SRC. Je vais donc faire un bref rappel historique, car je crois qu'il faut avoir une idée du chemin parcouru. Je vais parler un peu du contenu canadien et aussi des particularités qui font de nous un diffuseur unique en son genre.

Just to start with, I'll give you a brief summary of the network. English television operates two networks in fact, the main CBC Television Network and CBC Newsworld. The main network services are provided to viewers by a mixed system of 11 CBC-owned and -operated stations and 21 affiliated stations. These services are delivered across five time zones and reach 99% of the English-speaking population. We broadcast 18 hours a day on the main channel, and our Newsworld service runs around the clock.

Je vais commencer par vous donner un bref aperçu du réseau. La télévision anglaise exploite deux réseaux: le réseau de base de la télévision anglaise et CBC Newsworld. Le réseau de base repose sur un système mixte de 11 stations régionales qui appartiennent à la SRC et sont exploitées par elle, et de 21 stations affiliées. Ce réseau couvre cinq fuseaux horaires et atteint 99 p. 100 de la population anglophone. Nous diffusons 18 heures par jour sur la chaîne principale, et notre service Newsworld fonctionne 24 heures sur 24.

Our schedule contains high volumes of Canadian programming, and in prime time our service is overwhelmingly Canadian because providing quality Canadian programs for Canadian audiences is the very essence of what we do, and it's the fundamental reason for having public television in this country.

Notre grille-horaire contient une forte proportion d'émissions canadiennes et le contenu de nos services est très majoritairement canadien aux heures de grande écoute car notre mandat consiste essentiellement à fournir à l'auditoire canadien des émissions canadiennes de haute qualité, ce qui est d'ailleurs la raison d'être de la télévision publique de notre pays.

I'd like to start by touching on the evolution of the schedule. We are distinctively Canadian now, but it wasn't always that way. When television started in this country, the priority was simply to get a signal, any signal, to as many Canadians as possible, so from the beginning, much of the air time was filled with programs from the United States that entertained Canadians and generated advertising revenues.

J'aimerais maintenant parler de l'évolution de la grille-horaire. Actuellement, on peut dire que le contenu de notre télévision est canadien, ce qui n'a pas toujours été le cas. Lorsque la télévision est apparue chez-nous, nous avions pour priorité de fournir au plus grand nombre de Canadiens possible un signal — quel qu'il soit. Dès le début, des émissions américaines occupaient une bonne partie de notre temps d'antenne et divertissaient les Canadiens tout en générant des recettes publicitaires.

[*Text*]

To help you through this today, we've given you a small package of charts with some of the schedules that you would have seen had you looked at your television guide magazines in years gone past. If I could refer to you page 1 of those charts, you'll see that we've laid out the heart of our prime time schedule beginning with 1958.

You can see that at the beginning of television the CBC was how Canadians got to see programs like *The Ed Sullivan Show*, *Perry Como* and *Bonanza*, and of course hockey was there from day one.

In the middle of the page, you'll see that by 1963 things hadn't changed much. The program names may have changed, but the mix of foreign and Canadian was pretty well stable. The chart at the bottom of the page shows that by the time we got to 1984, we had begun to increase Canadian and to move away from American, partly because there was less need now for the CBC to distribute American programs in Canada. There were private stations doing it.

I'll say just a few words about Canadian content. I thought one way, and the best way perhaps, to illustrate our unique role would be to look at some actual programming examples. I've picked what's on television in my own home tonight, in Mississauga. It's what they'll be seeing, and it's what you'll be seeing here in Ottawa and in most major Canadian cities tonight.

The schedule on page 2 of that same package of charts shows prime time as you would see it in the TV magazine if you read it at home tonight. As you can see, we've started with the three U.S. stations delivered here on cable—ABC, CBS and NBC. As you can see, it's all American programming, with one exception, and I'll comment on that in a minute. Canadian private networks and stations find it profitable to buy the rights for these very same shows and broadcast them in Canada, and often at the same time.

If you could turn to page 3 now, you'll see what I mean by that. You can see that between two CTV stations, the Global system and an independent station, most of those U.S. programs are also running on some Canadian station at the same time in this country. In dark blue, you'll see those programs that are simulcast to take advantage of the CRTC's cable substitution rules.

What this means is that when a Canadian network or station broadcasts a program at the same time as it runs in the United States, simulcasts it, the signal of the U.S. station is replaced on cable with the signal of the Canadian station. Viewers see the same program, but the commercials sold by the Canadian station are seen on both channels.

• 1540

You'll notice on the right–hand side of the chart that at 10 p.m. tonight there are seven stations in this market carrying three programs, and one of those programs was already seen an hour earlier in most of those markets.

[*Translation*]

Pour vous faciliter la tâche aujourd'hui, nous vous avons distribué quelques tableaux, de même que quelques grilles–horaires, semblables à ceux que vous auriez trouvés dans votre guide TV il y a quelques années. Si vous voulez bien vous reporter à la première page des graphiques de référence, vous y trouverez le gros de notre programmation aux heures de grande écoute depuis 1958.

Comme vous pouvez le constater, à l'avènement de la télévision, c'est par l'intermédiaire de la CBC que les Canadiens ont pu voir *The Ed Sullivan Show*, *Perry Como* et *Bonanza*. Il va sans dire que le hockey a été de la partie dès le tout début.

Au milieu de la page, on voit qu'en 1963 les choses n'avaient pas beaucoup changé. Le nom des émissions était peut–être différent, mais le dosage d'émissions canadiennes et étrangères était sensiblement le même. La grille du bas de la page montre qu'en 1984, nous avions commencé à accroître le contenu canadien et à délaisser les émissions américaines, en partie parce que la CBC avait moins besoin de distribuer des émissions américaines au Canada. Des stations privées s'en chargeaient.

Je vais maintenant parler brièvement du contenu canadien. J'ai pensé que l'idéal, peut–être, pour illustrer le rôle particulier de la CBC, ce serait de vous présenter un certain nombre d'exemples de programmation réelle. J'ai choisi des émissions qui passent ce soir chez–moi à Mississauga. C'est la programmation qui sera diffusée là–bas ce soir et qui est à peu près la même qu'ici à Ottawa et dans la plupart des grandes villes canadiennes.

Dans le même document, à la page 2, vous trouverez l'horaire des heures de grande écoute semblable à ce que l'on trouve dans les guides télé. Comme vous pouvez le constater, nous avons commencé par les trois réseaux américains acheminés ici par le câble—ABC, CBS et NBC. Comme vous pouvez le voir, il s'agit exclusivement d'émissions américaines, à une exception près, sur laquelle je reviendrai dans un instant. Les stations et réseaux privés du Canada trouvent rentable d'acheter les droits de ces émissions et de les diffuser au pays, souvent simultanément.

Passons maintenant à la page 3. Vous verrez ce que je veux dire. Vous pouvez constater que le gros de la programmation américaine diffusé par deux stations de CTV, par le réseau Global et par un télédiffuseur indépendant passe aux mêmes heures ici à l'une ou l'autre des stations canadiennes. Dans ce tableau, nous faisons ressortir en bleu foncé les émissions diffusées simultanément pour tirer profit de la réglementation du CRTC en matière de substitution par câble.

Celles–ci stipulent que lorsqu'un réseau canadien ou une station d'ici télédiffuse une émission en même temps qu'elle passe aux États–Unis (télédiffusion simultanée), le signal de la station américaine est remplacé sur le câble par celui de la télévision canadienne. Les téléspectateurs voient la même émission, mais les messages publicitaires de la station canadienne paraissent aux deux antennes.

Vous remarquerez à droite du tableau que, ce soir, à 22 heures, sept stations dans ce marché présentent trois émissions et que l'une d'elle aura déjà été diffusée une heure plus tôt dans la plupart de ces villes.

[*Texte*]

So more channels have not necessarily led to more viewing choice, and it certainly has not led to more Canadian. The striking thing about this is that there is only the one Canadian program out of a total of four Canadian stations in that whole prime time evening. And *Due South* is an unusual case because, though technically it is a Canadian program, it's set in Chicago and was tailored to the U.S. market for broadcast purposes.

Where do we fit into this mix? If you turn to page 4 you'll see that we are the Canadian alternative. Tonight in your home and in the homes of your friends, this is what you will see. You can see as you go about three–quarters of the way down the page that we are indeed the source of most of the Canadian you will see.

We happen to be in the crossover period leading into our fall schedule, so tonight you will see back–to–back repeats of two of the most popular drama series we have run: *North of 60* and *Street Legal*. Back at 10 p.m. we have CBC *Prime Time News*, where the public told us they preferred to watch it. I'm happy to tell you that people are sticking to their word and the program is recovering nicely. Tonight's *Prime Times News* is a continuation of a program we started last night; tonight is a special 90–minute edition on the multicultural aspects of Canadian society.

At the bottom of the page, just to reassure you that I haven't picked an isolated example, I've shown what will happen to our schedule as we head into the full fall season on the CBC. You can see that it is all Canadian, starting with *The Health Show*, *Man Alive*, *The Nature of Things*, *North of 60* and *Prime Time News*. Just so you know, beyond that there's a regional newscast followed by further Canadian at 11:30 p.m.

I think this chart makes the distinctiveness of the CBC quite clear, but it also shows a couple of our problems, and I do want to share those with the committee today. Between 7 p.m. and 8 p.m. on that chart you see there is different programming on the CBC Toronto station and the CBC affiliate in Peterborough. That's because our affiliates carry our programming part of the time, but at public times they actually compete with us.

The second thing you will notice about this schedule is that tonight we are running one Hollywood sitcom, *The Mommies*. It's in our schedule for the same reason that U.S. programming is in other broadcasters' schedules—because the economics are right. I'll come back to that in a moment.

If you turn to page 5 I'll provide you with another example, which is the past Sunday evening schedule in those same markets I referred to. Again, you will see one Canadian program on a total of four stations. There is full duplication of the three U.S. networks from 7 p.m. right through until 11 p.m.

Worth noting on this page is that *America's Funniest Home Videos* at 7 p.m. is one of the most popular programs anywhere on Canadian television. Because ABC in the U.S. has scheduled it for the peak period of Sunday at 7 p.m., and because it is shown in simulcast here in this country, *America's Funniest Home Videos* in fact does better here than it does in America.

[*Traduction*]

Le nombre grandissant de chaînes ne signifie donc pas nécessairement une programmation plus variée et encore moins à une programmation plus canadienne. Ce qui est frappant, c'est qu'une seule émission canadienne figure parmi toute la programmation de quatre stations canadiennes pendant toute la période de grande écoute. J'ajoute que *Due South* est dans une certaine mesure un cas particulier puisque même s'il s'agit en théorie d'une émission canadienne, l'action, conçue pour le public américain, se déroule à Chicago.

Où nous situons–nous par rapport à cela? Si vous vous reportez à la page 4, vous verrez que la solution de rechange canadienne, c'est nous. Ce soir, chez vous et chez vos amis, voici ce que vous verrez. Au trois–quarts de la page, vous verrez que nous sommes à l'origine du plus clair de la programmation canadienne à l'antenne ce soir.

Ce soir nous entrons progressivement dans la nouvelle programmation d'automne. Ce soir, vous pourrez voir l'une après l'autre les reprises de nos deux séries dramatiques les plus populaires, *North of 60* et *Street Legal*. En outre, CBC présente *Prime Time News* à 22 heures, pour accéder aux voeux de l'auditoire. Je suis heureux de dire que les téléspectateurs tiennent leur parole puisque la cote d'écoute des nouvelles est en train de remonter la pente. Ce soir, l'édition de *Prime Time* News est la suite de l'édition d'hier soir; il s'agit d'une émission spéciale de 90 minutes sur les aspects multiculturels de la société canadienne.

Au bas de la page, pour bien montrer que je n'ai pas choisi un exemple isolé, je présente notre grille–horaire complète de l'automne. Vous pouvez constater que notre programmation sera entièrement canadienne grâce aux émissions *The Health Show*, *Man Alive*, *The Nature of Things*, *North of 60*, et *Prime Time News*. Sachez aussi que suivent un bulletin de nouvelles régional et d'autres émissions canadiennes à 23 h 30.

Je crois que le tableau illustre clairement le caractère distinct de CBC, mais souligne également un certain nombre de nos problèmes. J'aimerais en discuter avec vous aujourd'hui. Entre 19 heures et 20 heures, le tableau montre que la programmation de CBC à Toronto diffère de celle de sa station affiliée de Peterborough parce que les affiliés diffusent nos émissions une partie du temps seulement mais entrent en concurrence avec nous à d'autres moments.

Vous noterez également que, ce soir, CBC présente une comédie de situations d'Hollywood, *The Mommies*. Cette émission se trouve à notre horaire pour la même raison que la programmation américaine occupe la grille d'autres radiodiffuseurs: les avantages économiques. J'y reviendrai dans un instant.

Voyons maintenant la page 5. Vous y trouverez un autre exemple. Il s'agit de l'horaire de soirée de dimanche dernier dans les mêmes villes. Encore une fois, on ne trouve qu'une seule émission canadienne dans toute la programmation de quatre stations. De 19 heures à 23 heures, on retrouve exactement la même programmation américaine à trois des quatre stations.

Il y a lieu de signaler ici que l'émission *America's Funniest Home Videos*, diffusée à 19 heures, est l'une des plus populaires de toutes à la télévision canadienne. Comme ABC réserve le créneau de pointe du dimanche à 19 heures à cette émission et comme elle est diffusée simultanément au Canada, *America's Funniest Home Videos* remporte encore plus de succès ici qu'aux États–Unis.

[*Text*]

The CBC schedule over the same period is 100% Canadian. In case you are wondering, I'm happy to tell you that up against that U.S. schedule of programs, whether on the American networks or on other Canadian networks, our CBC Canadian programs attract audiences of over a million viewers each. *Guitarman* was an independently produced feature film set in Saskatchewan. *The Human Race*, which you see there, was the last instalment of Gwynne Dyer's documentary series. At the bottom of the page I've shown what will happen once we move into our full fall season. You'll see that *Road to Avonlea* returns, and it gets followed on each successive Sunday night by a Canadian feature film. On this particular occasion it happens to be *Black Robe*.

Now I'd like to turn to the economics of Canadian television. If you turn to page 6 you will see that to help you through this, we have constructed an illustration to show the differences between the Canadian and U.S. markets, and between making drama programming in Canada and buying it from the Americans.

The U.S. networks set the standards for the Canadian entertainment programming industry in English Canada. For the sake of this illustration we have taken their Hollywood costs at about $1 million per hour in Canadian dollars.

Costs in Canada aren't dramatically different. The same amount of effort is required to make an equivalent program; that's a fact of life. We've used $750,000 per hour in this illustration because we do get a couple of benefits that reduce the cost, but the difference is not significant, as you can see.

[*Translation*]

À la même période, la programmation de la CBC est entièrement canadienne. Au cas où vous vous poseriez la question, j'ai le plaisir de vous dire que, malgré la concurrence américaine, qu'elle provient des réseaux américains ou des autres stations canadiennes, la programmation canadienne de CBC attire un auditoire de plus d'un million de personnes. Production indépendante, le téléfilm *Guitarman* a été tourné en Saskatchewan. *The Human Race*, qui figure ici, constitue le dernier volet de la série–documentaire de Gwynne Dyer. Au bas de la page, je montre la composition de notre saison d'automne complète. L'émission *Road to Avonlea* reprend l'antenne et sera suivie tous les dimanches par un long métrage canadien. Ce soir–là, ce sera *Black Robe*.

J'aimerais maintenant parler des réalités économiques de la télévision au Canada. Pour vous faciliter la tâche, passez maintenant à la page 6. Voici une illustration de la différence entre le marché canadien et le marché américain, et entre la production de dramatiques au Canada et l'acquisition de ce genre d'émissions chez nos voisins du Sud.

Les réseaux américains établissent les normes de la programmation de divertissement pour le Canada anglais. Pour illustrer notre propos, nous estimons à un million de dollars canadiens l'heure environ les coûts de production de ce type d'émissions à Hollywood.

Les coûts de production canadiens ne sont pas tellement plus bas. Une programmation similaire requiert autant d'efforts ici qu'aux États–Unis, nous n'y échappons pas. Aux fins de notre exposé, nous nous sommes basés sur des coûts de 750 000$ l'heure parce que nous jouissons de certains avantages qui réduisent nos coûts. Il reste que l'écart n'est pas énorme, comme vous pouvez le constater.

• 1545

The difference, however, is that the U.S. system can afford the Hollywood production costs because the advertising market there is so large. In English Canada the market size is only about one–twelfth of the United States, and in the middle column we've shown approximate revenues for telecasting an equivalent Canadian program in the Canadian market, and then repeating it. As you can see, the revenues simply don't equal the costs and they never will. The rights to broadcast a Hollywood program in Canada can be purchased for a small fraction of the actual production costs in the United States. Typically, it's less than 10%.

In the third column we have shown the results of buying the Canadian rights to a U.S. show and broadcasting it here in a simulcast situation. For Canadian private broadcasters, showing foreign programs makes money and making Canadian ones does not. That's where we step in, because the first and most basic obligation of the public broadcaster is to provide a service that is truly Canadian.

If you will turn to page 7, I have given you a copy of our program schedule for this fall. You will see the pattern is much different from the ones I showed you earlier. This is a prime time schedule dominated by programs made by Canadians, for

Cependant, étant donné l'envergure de son marché publicitaire, le système américain peut absorber les productions hollywoodiennes. Il faut toutefois, se rappeler que la population canadienne anglophone ne représente que le douzième du marché américain. Nous indiquons, dans la colonne du milieu, les revenus approximatifs de télédiffusion de la programmation canadienne ainsi que les reprises par rapport au marché canadien. Comme vous pouvez le constater, les recettes n'égalent pas les dépenses et elles n'y arriveront jamais. On peut acheter les droits de diffusion d'une émission d'Hollywood au Canada pour un faible pourcentage de son coût réel de production, soit en général moins de 10 p. 100.

Dans la troisième colonne, nous notons les profits réalisés à la suite de l'acquisition par le Canada des droits relatifs à une émission de variétés américaine et de sa télédiffusion en simultané ici. Pour les diffuseurs privés du Canada, la présentation d'émissions étrangères rapporte, ce qui n'est pas le cas des productions canadiennes. C'est là où nous intervenons, parce que le diffuseur public doit se donner comme mission première et essentielle d'offrir un service foncièrement canadien.

Je vous ai distribué une copie de notre grille d'automne. Si vous regardez à la page 7, vous constaterez que la programmation est très différente de celle que je vous ai montrée plus tôt. Il s'agit d'une grille d'heures de grande écoute

[*Texte*]

Canadians and about Canadians. Our schedule consists of high–quality Canadian programs that are genuinely Canadian. We don't disguise our program locations to make them look like Philadelphia, New York or Denver; they are set in Canadian locales. For the 1993–94 television season our actual Canadian content level in this peak period was 88%, and it's a little higher this season.

Let me look at the information side of our programming for just a moment. News and information programming is an important element of our service. As you can see on this schedule, the regional supper–hour news programs all across the country, the *CBC Prime Time News*, the late night regional newscasts across the country, and our weekend news programs add up to a news service without equal. Our prime time information programming also includes strong current affairs series such as *Market Place* and *The Fifth Estate*. Both have won awards and have audiences of over one million each week overseas.

Turning to arts and entertainment for a moment, I'd just like to re–emphasize for the committee that we have placed special emphasis on Canadian drama programming. We have scheduled our Canadian drama programming right in the heart of prime time in the prime fall season, where most people can see them.

The Odyssey on Monday at 7:30 p.m. is a dramatic series for younger and family audiences that has won an astounding number of international awards for it's imaginative approach. Both *North of 60* and *Street Legal* averaged nearly one million viewers a week last season. A new CBC series *Side Effects* will be taking the *Street Legal* time period on Friday nights this year, and we have the same high hopes for that program. The *Road to Avonlea* is inescapably Canadian, and last season's average audience was over 1.5 million viewers each and every Sunday evening.

On Sunday evenings we have scheduled our major Canadian dramatic specials at 8 p.m. As we've shown here, movies, mini–series and specials don't sound all that exciting, but this is where we telecast high–quality Canadian programs like *The Boys of St.* Vincent, *Dieppe*, *Medicine River*, *Spirit River*, *Life with Billy*, *The Diary of Evelyn Lau* and *The Scales of Justice* just to mention a few. Canadians are generally interested in those programs. *Dieppe* averaged over 1.8 million viewers each minute of its telecast. *The Boys of St. Vincent* averaged about 2.25 million viewers on each of the two nights of its broadcast.

This schedule also has several strong and distinctively Canadian comedy series. This year in prime time you will see *The Kids in the Hall*, *This Hour has 22 Minutes* and *The Royal Canadian Air Farce*. No other broadcaster in this country is producing that kind of programming. Last season *The Royal Canadian Air Farce* averaged a million viewers a minute, so Canadian audiences do show up for these telecasts.

[*Traduction*]

constituée en majeure partie d'émissions concernant les Canadiens et produites pour eux par des Canadiens. Notre grille est composée d'émissions de grande qualité, typiquement canadiennes. Nous n'essayons pas de faire croire qu'il s'agit de Philadelphie, de New York ou de Denver. Le contexte est typiquement canadien. Pendant la saison de télévision 1993–1994, notre contenu canadien s'élevait à 88 p. 100 aux heures de grande écoute, le pourcentage sera légèrement plus élevé cette année.

J'aimerais passer brièvement aux émissions d'information. Les nouvelles et les émissions d'information forment un élément important dans notre service. Comme vous pouvez le voir sur cette grille, nous offrons un service d'information hors–pair en diffusant, dans toutes les régions du pays, des bulletins de nouvelles régionaux à 18h00, *CBC Prime Time News*, des bulletins de nouvelles régionaux en fin de soirée et des émissions d'information la fin de semaine. Notre programmation d'information aux heures de grande écoute comprend également des séries d'actualité importantes, dont *Market Place* et *The Fifth Estate*. Ces deux émissions primées ont attiré plus de un million de téléspectateurs en moyenne chaque semaine.

Pour ce qui est des arts et divertissements j'aimerais rappeler au comité que nous avons mis l'accent sur les dramatiques canadiennes et nous les avons placées dans le créneau de pointe, aux heures où le plus de personnes peuvent les regarder.

The Odyssey est une série dramatique destinée à un auditoire familial jeune, diffusée le lundi, à 19h30. Cette série a remporté de nombreux prix internationaux pour son originalité. *North of 60* et *Street Legal* sont deux émissions qui ont attiré en moyenne près de un million de téléspectateurs par semaine l'an dernier. Une nouvelle série de CBC *Side Effects* prendra la place de *Street Legal*, le vendredi soir cette année, et nous en attendons d'aussi bons résultats. La série *The Road to Avonlea* est indubitablement canadienne et la saison dernière, plus de 1,5 million de téléspectateurs en moyenne ont regardé l'émission tous les dimanches soirs.

Nous diffusons nos principales émissions dramatiques spéciales canadiennes le dimanche soir, à 20h00. Évidemment, le titre de «films, mini–séries et émissions spéciales» peut sembler banal, mais c'est dans cette catégorie que figurent des émissions canadiennes de qualité telles *The Boys of St.Vincent*, *Dieppe*, *Medicine River*, *Spirit River*, *Life with Billy*, *The Diary of Evelyn Lau* et *The Scales of Justice*, pour n'en mentionner que quelques–unes. Ces émissions intéressent très souvent les Canadiens. *Dieppe* a attiré en moyenne plus de 1,8 million de téléspectateurs par minute et *The Boys of St.Vincent* environ 2,25 millions de téléspectateurs par minute les deux soirs où il y a eu diffusion.

La grille renferme aussi des séries humoristiques populaires et typiquement canadienne comme *The Kids in the Hall*, *This Hour Has 22 Minutes* et *The Royal Canadian Air Farce*. Aucun autre diffuseur au Canada ne produit de telles émissions. L'an dernier, un million de téléspectateurs en moyenne par minute ont regardé *The Royal Canadian Air Farce*; cela prouve bien que ces émissions ont la faveur des Canadiens.

[*Text*]

On The Road Again is as Canadian as you can get. Wayne Rostad's travels across the country show us unique parts of Canada and the people who sell and make the front page, but our audiences love it. *Adrienne Clarkson Presents* has dramatically expanded our coverage of the arts and the exposure of Canadian artists and arts companies. You will often hear reference to the audience levels for Adrienne Clarkson. To match the audience level Adrienne Clarkson achieves on one night, we would have to fill each and every theatre across the country for 30 straight nights. So when people criticize the audience level of Adrienne Clarkson they should keep it in perspective.

The Nature of Things is our award–winning science series hosted by David Suzuki and seen on Thursday nights. It wins awards, generates huge audiences of over a million, and we're quite proud of it. *Front Page Challenge*, now produced in Vancouver, is a Canadian tradition that needs no introduction. In variety this season, we'll be introducing *Rita & Friends* on Friday nights, with Cape Breton's popular Rita MacNeil.

• 1550

This week we started taping that show in Toronto. The line–up of Canadian talent that will be seen on that program over the next 16 shows is phenomenal. The opportunity for Canadian performers to get that kind of exposure in popular prime time will give their careers an immense benefit. Just watching the first three or four shows being taped this week, it would make you proud to be a Canadian to see those performers in action.

We also scheduled variety specials in the Sunday evening period. Last season, audiences for those shows ranged up to 2.8 million for specials that included *Stars On Ice*, Anne Murray, David Foster, Roch Voisine and Kurt Browning.

Saturday night on our schedule is hockey night, just as it was in the 1950s. *Hockey Night in Canada* remains very popular. Its average Saturday night audience last year was over 1.4 million. In the play–off period, audiences often reach as high as 5 million viewers.

I would like you to turn now to page 8 because I did want to talk about daytime and late night programs. Here you can see our schedule for the full broadcast day. The *CBC Morning News* and *Midday* provide an important Canadian daytime news and information programming service for our viewers.

In the mornings we provide special services to children, both on weekdays and on Saturday mornings. This year we are taking steps to improve those services.

What you see here is our daytime schedule as it will be starting on October 24, when we launch *CBC Playground* at 9:30 a.m. That addition will expand our programming for children by half an hour a day for five days a week. At 11 a.m. we will continue to broadcast a special Canadian version of *Sesame Street*.

[*Translation*]

On ne peut pas trouver une émission à contenu plus canadien que *On The Road Again*. Wayne Rostad parcourt le pays pour nous faire découvrir des coins uniques du Canada et nous faire connaître des gens qui font rarement la manchette, le public adore cette émission. *Adrienne Clarkson Presents* a grandement étendu notre couverture des arts et contribué à promouvoir des artistes et des groupes artistiques canadiens. On mentionne souvent le nombre élevé de téléspectateurs qu'attire l'émission d'Adrienne Clarkson. Pour atteindre le public qui regarde l'émission d'Adrienne Clarkson en une soirée, il faudrait remplir les salles de théâtre du pays tout entier pendant 30 soirées consécutives. Alors lorsque les gens disent qu'il y a peu de téléspectateurs pour l'émission d'Adrienne Clarkson, il faudrait quand même qu'ils placent les choses dans leur contexte.

The Nature of Things est notre série scientifique primée, animée par David Suzuki et diffusée les jeudis soirs. C'est une émission primée, qui attire un très grand nombre de téléspectateurs, plus d'un million, et nous en sommes fort fiers. *Front Page Challenge* maintenant réalisée à Vancouver, est une tradition canadienne dont la réputation n'est plus à faire. Dans la catégorie des variétés, nous présenterons le vendredi soir la nouvelle émission *Rita & Friends*, animée par la chanteuse populaire du Cap Breton, Rita MacNeil.

Nous avons commencé les enregistrements cette semaine à Toronto. La liste d'artistes canadiens qui participeront aux 16 émissions est absolument extraordinaire. C'est une occasion sans pareille pour les artistes canadiens de se faire connaître lors des heures de grande écoute; cela leur permettra peut–être même de lancer leur carrière. Nous avons regardé les trois ou quatre premières émissions lors de leur enregistrement cette semaine, et si vous les aviez vues vous aussi vous auriez été fiers d'être Canadiens et de voir ces artistes à l'oeuvre.

Nous avons aussi prévu à la grille des émissions de variété spéciale diffusées le dimanche soir. L'an dernier, les émissions spéciales de variétés ont attiré jusqu'à 2,8 millions de téléspectateurs. Mentionnons, entre autres, *Stars on Ice*, Anne Murray, David Foster, Roch Voisine et Kurt Browning.

Comme dans les années 1950, nous diffusons la soirée du hockey le samedi soir. *Hockey Night in Canada* est une émission sportive très populaire. En moyenne, près de 1,4 million de téléspectateurs ont regardé les matchs le samedi soir l'année dernière. Pendant les séries éliminatoires, l'auditoire a atteint presque 5 millions de téléspectateurs.

Je vous demanderais maintenant de passer à la page 8 car j'aimerais parler des émissions offertes pendant la journée et en fin de soirée. Vous trouverez sur cette page notre grille horaire pour toute la journée. Le *CBC Morning News* et *Midday* offrent pendant la journée des nouvelles et de l'information importante pour les téléspectateurs.

Nous offrons des émissions spéciales pour les enfants le matin, en semaine et le samedi et nous sommes en train d'améliorer ces services.

Voici notre grille quotidienne à compter du 24 octobre, date de la première diffusion de *CBC Playground* à 9h30. Cette émission accroîtra notre programmation pour enfants d'une demie–heure par jour, cinq jours par semaine. Nous continuerons de diffuser une version spéciale canadienne de *Sesame Street* à 11 heures.

[*Texte*]

We still have a few problems with the afternoon schedule. This year we have started to replace American strips with some of our Canadian programs. However, we still have some distance to go, and that's one part of the schedule that we want to pay considerable attention to in the years ahead.

Late night is a period when we use programs for a mixture of reasons: to experiment and bring in programs from other countries. It's a period that's doing very well for us. Canadian comedy shows like *Codco* and *Just For Laughs* are in there, as are imported ones like *Mr. Bean* and *Larry Sanders*.

Friday night is the home for *Cinema Canada*. Over the last two seasons, more than 14 million Canadians have tuned in to catch Canadian feature films.

As you can see from this chart, we have concentrated our resources in prime time, when most people are using television.

I want to touch on two brief parts before I conclude. The first thing is regional reflection. It's an important part of our mandate to reflect Canada and the regions to our national and regional audiences.

As you may be able to tell from my unusual brand of English, I was born on the east coast of this country. I grew up there. I learned a lot of what I know about broadcasting from working there. Where I come from, regionalism is more than just a nice phrase.

Our network has to do everything it can to ensure that gets reflected on the network schedules. We have addressed that in several different ways. If you could just look at page 9, I will briefly skim through this. I know I'm about out of time. On page 9, you will see our full day's schedule, which is colour–coded to show you where our Canadian programming is produced.

I won't go through it in detail, but you can see that we serve the special needs of the regions through some programs that are for the regions. Those are supper–hour shows or "late nights". As well, we use the schedule to bring programs from the regions to the network. I'll give you a few examples: *The Odyssey*, *This Hour Has 22 Minutes*, *On The Road Again*, and *North of 60* are all produced outside Toronto. In fact, our regional operations last year contributed about 54% of our Canadian network hours to the schedule. Other programs like *CBC Prime Time News*, and *Midday* also reflect the regions by using regional correspondents, producers and crews.

One last point concerns independent production. I should underline that Canadian independent producers are major contributors to our service.

If you turn to page 10, you will see that we colour–coded the schedule to highlight just how they do support this schedule. Prime time programs like *The Odyssey*, *North of 60* and *Road to Avonlea* are completely produced by independent producers.

[*Traduction*]

Vous constaterez que notre grille de l'après–midi pose encore certains problèmes. Cette année nous avons commencé à remplacer les émissions américaines par des émissions canadiennes, mais il nous reste du chemin à faire. Il s'agit là du créneau de la grille horaire auquel nous accorderons une attention particulière au cours des prochaines années.

La grille de fin de soirée représente une période spéciale dont nous nous servons pour diverses raisons: pour lancer de nouvelles émissions ou diffuser des émissions étrangères. C'est une période très populaire. C'est à ces heures que nous diffusons des émission humoristiques canadiennes comme *Codco* et *Just For Laughs* et d'autres de l'étranger comme *Mr. Bean* et *Larry Sanders*.

Nous avons réservé le vendredi soir au cinéma canadien. Au cours des deux dernières saisons, l'ensemble des projections dans le cadre de *Cinéma Canada* a attiré plus de 14 millions de téléspectateurs.

Comme vous pouvez le constater dans ce tableau, nous avons concentré nos ressources de programmation canadienne aux heures de grande écoute, c'est–à–dire lorsque le nombre de téléspectateurs est le plus élevé.

J'aimerais aborder deux autres brefs sujets avant de terminer. Le premier est le reflet régional. Un aspect important de notre mandat est de refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays, tant au plan national qu'au niveau régional, tout en répondant aux besoins particuliers des régions.

Comme vous pouvez le soupçonner à mon anglais un peu particulier, je suis natif de la côte est. J'y ai été élevé et j'ai appris presque tout ce que je sais de la télévision en travaillant là–bas. D'où je viens, le mot «régionalisme» est lourd de sens.

Notre réseau doit s'assurer de refléter les différentes facettes des régions dans sa grille. Nous avons traité ce point de diverses façons. Puisqu'il ne nous reste plus tellement de temps je passerai en revue très rapidement la page 9. Vous y trouvez la grille horaire pour toute la journée. Le codage par couleur indique où la programmation canadienne est réalisée.

Nous n'étudierons pas la grille en détail, mais vous constatez que nous répondons aux besoins particuliers des régions grâce à des émissions particulières. Il s'agit des émissions diffusées à l'heure du diner ou en fin de soirée. Nous nous servons de la grille horaire pour diffuser à l'échelle nationale des émissions régionales. Permettez–moi de vous donner quelques exemples: *The Odyssey*, *This Hour Has 22 Minutes*, *On The Road Again*, et *North of 60*; il s'agit dans tous les cas d'émissions réalisées à l'extérieur de Toronto. En fait, l'an dernier, les émissions produites en région constituaient environ 54 p. 100 des heures de programmation canadienne réseau. D'autres émissions comme *CBC Prime Time News. . .*, et *Midday* contribuent également au reflet régional en s'appuyant sur la participation de correspondants et réalisateurs régionaux, ainsi que l'équipes régionales.

Un dernier mot maintenant sur les productions indépendantes. Je veux souligner la collaboration importante des producteurs indépendants canadiens à notre service.

Vous verrez à la page 10 que nous avons indiqué au moyen du codage par couleurs ce type de production. Aux heures de grande écoute, les émissions comme *The Odyssey*, *North of 60* et *Road To Avonlea* sont entièrement réalisées par un

[*Text*]

The Kids in the Hall and *This Hour Has 22 Minutes* are a mix in which independent producers provide the creativity and we provide facilities. Overall, we have a commitment to support that level of independent production, and we intend to continue.

More than half our community commitments in prime time now come from the independent sector. We're proud of that, and we intend to continue.

All of that is fine, but what happens when we put this programming on the air? The fact is that 80% of Canadians make us part of their viewing life at some point each week. That means 15 million Canadians turning to English television at some point. On page 11, you'll see another way of looking at the measurement of those results. Again, I'll quickly skim through that. We put a high proportion of Canadian programs on the air, and those account for the bulk of our viewing.

[*Translation*]

producteur indépendant. Dans le cas des émissions *The Kids in the Hall* et *This Hour Has 22 Minutes*, les producteurs indépendants s'occupent de la partie artistique et créatrice et CBC fournit les installations et les services de production. Bref, nous nous sommes engagés à appuyer ce type de production indépendante.

Nous nous sommes engagés à faire appel aux producteurs indépendants pour la moitié de notre programmation canadienne, et nous travaillons en fonction de cet objectif.

Alors que se passe–t–il lorsque nous diffusons ces émissions? En fait, chaque semaine, 80 p. 100 de la population canadienne regarde nos émissions à un moment ou à un autre, c'est–à–dire 15 millions de Canadiens par semaine écoutent la télévision de notre réseau anglais. Nous présentons une autre façon de mesurer les résultats à la page 11. Regardons ce tableau rapidement. Nous diffusons une grande proportion d'émissions canadiennes. Celles–ci attirent d'ailleurs la plupart de nos téléspectateurs.

• 1555

The situation is just the reverse for the private sector, as you can see here, and it's for all the reasons I've described earlier. I don't lay blame when I say that; there are very logical reasons for it. But when quality Canadian is offered to Canadian viewers, Canadians do watch and they watch in big numbers. That's great news for us. It's the encouragement that keeps us going. We have established that solid base. Our challenge now is to improve on that and to make our service even more distinctively Canadian.

Thank you.

The Chairman: Let me pull a little switcheroo here, if I may. Given the fact that Mrs. Brown has to catch a plane, perhaps I can alter the rules in the following way just to accommodate her. Normally we would follow on immediately with the second presentation, but perhaps we could interrupt and allow 10 minutes to Mrs. Brown to ask questions. Her questions would probably be directed to Mr. Byrd. That will allow her to get to her plane. Then we'll come back to Madam Fortin and then over to Madam Tremblay. It will all work out. It will be like one of these schedules. You'll have to figure out what we're up to.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Thank you, Mr. Chairman. I really appreciate the concession you've made. To all of you, thank you very much for your indulgence.

First of all, Mr. McEwen, I just have to state for the record regarding your opening comments that CBC was being paid fee for service. I'm going to quote from your 1993–94 annual report:

> The 1992–93 total parliamentary operating appropriations of $959.1 million included a one–time assistance

Comme vous pouvez le voir sur ce tableau, pour les radiodiffuseurs privés, c'est le contraire, et ce pour toutes les raisons décrites précédemment. Je ne cherche pas à accuser qui que ce soit; il y a des raisons très logiques qui expliquent la situation. Lorsqu'on offre des émissions canadiennes de qualité aux Canadiens, les téléspectateurs regardent ces émissions et en grand nombre. Voilà une bonne nouvelle pour nous tous et qui nous encourage à continuer dans cette voie. Nous avons établi une base solide de programmation canadienne. Notre défi maintenant c'est d'améliorer cette programmation pour rendre notre contenu encore plus canadien.

Merci.

Le président: Si vous me le permettez, j'aimerais procéder de façon un peu différente. Puisque M^me^ Brown a un avion à prendre, j'aimerais modifier la façon de procéder habituelle. Normalement, nous aurions entendu le deuxième exposé avant de passer aux questions. J'aimerais cependant accorder une période de questions de 10 minutes à M^me^ Brown. Elle adressera probablement ses questions à M. Byrd. Ainsi elle pourra aller prendre son avion. Puis nous laisserons M^me^ Fortin présenter son exposé puis M^me^ Tremblay posera ses questions. Il ne devrait pas y avoir de problème. C'est un peu comme les grilles horaires de la CBC.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Merci, monsieur le président. Je vous suis reconnaissante ainsi que mes collègues d'avoir accepter de changer quelque peu la façon de procéder habituelle.

D'entrée de jeu, M. McEwen, je dois dire, pour mémoire, que vos commentaires m'inquiètent un peu; vous avez dit en guise d'introduction que CBC recevait une rémunération en retour des services qu'elle offre. J'aimerais citer un bref passage de votre rapport annuel de 1993–1994:

> Le montant total des crédits parlementaires d'exploitation de 1992–1993, soit 959,1 millions de dollars, incluait une aide ponctuelle.

[*Texte*]

Mr. Chairman, that doesn't read to me fee for service. It's assistance of $40.6 million to fund the corporation's shortfall. Even Mr. Dupuy on June 21 was talking about coming to grips with CBC's financial crisis. I have to say back to you that indeed we still view this money, this appropriation, as a subsidy to help you along the way.

Having said that, Mr. Byrd, I'd like to come back, and you may wish to comment further after I have gone, to some comments you made on June 21 regarding the Atlanta Olympic bid revenue generation potential, because we have a problem, I think.

The chief financial officer the other day in his presentation said:

> I can assure you with confidence that professional sports does provide a positive contribution to overhead and in fact provides an overall profit after full costing is applied.

It seems to me after hearing what you said:

> I can tell you that we have been on the street since late May selling and we have no reason to doubt our numbers whatsoever. The advertisers are keen, the advertisers are lining up, and we are negotiating deals we're quite happy with.

In my mind Coke is now out of the deal. Coke has said they won't talk to them any more—meaning CBC. They might think Coke is playing some sort of negotiating game and that after several months, if CBC comes down from $10 million to $6 million, Coke will say yes, but from Coke's point of view $6 million is still more than double what it paid for Barcelona. Since the last Olympics nothing else in Coke's life has doubled except the losses. Coke is having a problem. You're having a problem. You've bid $29.9 million Canadian for the right to Atlanta and were looking at having this potential for advertising through Coke.

Another source here, Mr. Ken McKee, has made the comment that CBC has scheduled about 240 broadcast hours in English and another 185 in French, about 50% more than any Canadian broadcaster has ever tried, but one advertising source noted that increasing the time does not mean advertisers will increase the amount they spend on the games. I really would like you to comment on these statements.

Mr. Byrd: I'll try. First of all, I don't want to get into Coke's business. We still are talking in quite detail with Coke, and they are still quite interested. That was a very early comment. Negotiations are still proceeding.

We have no reason to think yet that we are going to have a problem with financing this Olympic event. The interest on the street is high. The business plan we put together to fund this is still in place. We have every confidence that we are going to meet the revenue targets that we have set.

[*Traduction*]

Monsieur le président, à mon avis cela ne veut pas dire paiement en retour de services offerts. C'est une aide de 40,6 millions de dollars visant à financer le manque à gagner de la société. Même M. Dupuy le 21 juin disait qu'il fallait s'attaquer à la crise financière que traversait CBC. Je dois vous dire qu'à nos yeux ce montant, ce crédit, représente une subvention pour vous aider à vous tirer d'affaires.

Cela dit, monsieur Byrd, j'aimerais revenir à des remarques que vous avez faites le 21 juin à l'égard des recettes qu'on pourrait tirer de la diffusion des Jeux olympiques d'Atlanta. Si vous n'êtes pas d'accord avec ce que je dis vous pourrez en parler après mon départ. Il y a un problème à ce niveau à mon avis.

Le chef des services financiers a dit l'autre jour dans son exposé et je cite:

> Je peux vous assurer, sans la moindre hésitation, que les sports professionnels contribuent de façon positive aux frais généraux d'exploitation et en fait représentent un profit réel.

Cependant vous avez dit:

> Je peux vous dire que nous avons déjà entamé notre campagne de vente depuis fin mai et que nous n'avons aucune raison de douter de nos chiffres. Les annonceurs sont très intéressés, ils font la queue et nous négocions des contrats dont nous sommes très satisfaits.

À mon avis Coke n'est plus intéressé. Ses représentants ont dit qu'ils ne leur parleraient plus—ils entendaient par là les représentants de CBC. La Société Radio–Canada pense peut–être que les représentants de Coke essaient de jouer des petits jeux de négociation et qu'après plusieurs mois, si CBC réduit le prix de 10 à 6 millions de dollars, les représentants de Coke diront oui. Or, dans l'esprit des représentants de Coke un montant de 6 millions représente le double ce qu'ils ont payé pour les Jeux de Barcelone. Depuis les derniers Jeux olympiques, aucun chiffre pour Coke n'a doublé sauf celui de son déficit. Coke a d'énormes problèmes. Vous avez des problèmes. Vous avez présenté une offre de 29,9 millions de dollars canadiens pour les droits de diffusion des Jeux d'Atlanta, et vous pensiez que vous auriez ces ressources financières grâce au contrat de Coke.

Quelqu'un d'autre, M. Ken McKee, a dit que CBC a prévu environ 240 heures de diffusion en anglais et environ 185 en français, environ 50 p. 100 de plus que n'importe quel autre diffuseur canadien par le passé; une personne bien informée du secteur de la publicité a signalé qu'une augmentation des heures de diffusion ne s'accompagne pas nécessairement d'une augmentation des montants de publicité que versent les sociétés commerciales. J'aimerais savoir ce que vous pensez de ces commentaires.

M. Byrd: J'essaierai de répondre à vos questions. D'abord, je ne veux pas donner de détails sur nos négociations avec Coke. Nous sommes toujours en négociations, et leurs représentants sont toujours intéressés. Cette remarque remonte à quelque temps déja. Les négociations sont toujours en cours.

Nous n'avons pas lieu de croire que nous aurons des problèmes à l'égard du financement de la diffusion des Jeux olympiques. Le public est très intéressé. Le plan d'entreprise que nous avions préparé à l'égard du financement de cette activité n'a pas été modifié. Nous sommes convaincus que nous atteindrons nos objectifs en matière de recettes.

[*Text*]

[*Translation*]

• 1600

I think I told you when I was here the last time that our revenue targets to break even are only set at achieving 85% of a sell–out. Our experience with the Olympics is that we always sell close to 100%, and that is a 15% profit margin. At this point we have no reason to change our business case. We have no reason to doubt that we are going to make money on this Olympics. We have no reason to doubt that it is going to be a phenomenal success.

Je crois que je vous ai dit lors de ma dernière visite que si nous pouvions vendre 85 p. 100 des crénaux prévus pour la publicité nous aurions des recettes suffisantes pour rentrer dans nos frais. L'expérience que nous avons vécue avec les Jeux olympiques nous a appris que nous vendons presque 100 p. 100 des crénaux de publicité, et il y a une marge de profit de 15 p. 100. Nous n'avons pas bien pour l'instant de nous inquiéter. Il n'y a aucune raison de croire que nous ne réaliserons pas de profits. Tout nous pousse à croire que cet effort sera couronné de succès.

While we or you or other people might classify it as professional because of the fact that we do try to accommodate it on a pay basis, the Olympics are an amateur athletic event. This corporation and this network follow amateur Canadian athletes from the day they start competing in high school, at track meets, at amateur athletic events, at swim meets, at diving events. We follow them from there through to things like the Canada Games, the Winter Games, the Summer Games, through to the Commonwealth Games. Why should we now, at the pinnacle of their achievements, run away from Canadian athletes?

Il se peut que vous, nous, ou même d'autres personnes jugent qu'il s'agit là de compétition professionnelle parce que nous essayons de tirer des revenus de la diffusion de ces Jeux, le fait demeure que les Jeux olympiques sont un concours de sports amateurs. La Société suit la carrière des athlètes dès leur participation à des jeux au niveau secondaire, les concours de piste et pelouse, les concours amateurs, les concours de natation de plongeon et ainsi de suite. Nous suivons leur carrière jusqu'aux Jeux du Canada, les Jeux d'hiver, les Jeux d'été, jusqu'aux Jeux du Commonwealth. Pourquoi au moment le plus important de leur carrière, devrions–nous abandonner les athlètes canadiens?

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I acknowledge that, and that is a wonderful goal.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): J'en suis consciente et c'est un merveilleux objectif.

Mr. Byrd: We will do it and make a profit.

M. Byrd: Nous diffuserons les Jeux et nous réaliserons des profits.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Okay, but is the business plan you put forward available for us to see?

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): C'est bien, mais est–il possible de nous remettre ce plan d'entreprise dont vous avez parlé?

Mr. Byrd: No, it's not.

M. Byrd: Non.

Mr. McEwen: That business plan has an awful lot of competitive figures in it, and we are still on the street negotiating this. This would not be appropriate.

M. McEwen: Ce plan d'entreprise comporte toutes sortes de chiffres que nous ne voudrions pas révéler, car nous négocions toujours. Il ne serait pas opportun de vous fournir ce document.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): But it is taxpayers' dollars you are spending to fund it. Why shouldn't taxpayers have an opportunity to see something like that? There was no competition here for you.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Mais pour financer cette activité n'utilisez–vous pas des deniers publics? Les contribuables ne devraient–ils pas pouvoir consulter ce document? Vous n'avez pas dû lutter pour obtenir cette aide financière.

Mr. McEwen: Let me put it to you this way.

M. McEwen: Permettez–moi de m'expliquer.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): It was a gift.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): C'est un cadeau.

Mr. McEwen: When 1996 is over, if the Auditor General's people want to audit that, they can audit it. They will measure it against our business plan and they will have a look at it. But it's not appropriate to put it on the table for public scrutiny when we are in the middle of trying to meet our business plan.

M. McEwen: Après 1996, si le Bureau du vérificateur général veut faire une vérification de nos activités, grand bien leur fasse. Ils compareront ces activités à notre plan d'entreprise. Le moment n'est certainement pas venu de soumettre à l'examen du public ce document au moment–même où nous négocions dans ce secteur et que nous essayons d'atteindre les objectifs de notre plan d'entreprise.

I have to say that as we discuss it publicly and we are out negotiating deals with whoever we are negotiating with, the more we discuss it the more levers they have to put pressure on us to lower the price. It is a very ticklish kind of situation. If you want us to come back and report to you in, what is it, September 1996, we believe—

Nous discutons publiquement de la question, alors que nous sommes encore en train de négocier; et toutes ces discussions ne servent qu'à offrir à nos interlocuteurs de nouveaux outils pour nous forcer à baisser le prix. C'est un problème assez épineux. Si vous voulez que nous revenions vous présenter un rapport en septembre 1996,. . .

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Maybe the CBC won't be here in 1996.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Il se peut fort bien que la Société Radio–Canada n'existe plus en 1996.

[*Texte*]

Mr. McEwen: Oh, it certainly will.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Not in the present form.

Mr. McEwen: I have every confidence that you will be supporting us for that.

Mr. Byrd: And we do have a track record, you know. We have made money on every Olympic event we have been in, every event. You can't show me one where we haven't made money.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I don't have the results of the profits you made from Albertville. You spent $11.7 million on the rights to Albertville and then you went for a whopping $28.9 million, but there were no available figures for the profit you made on Albertville and I would appreciate getting that.

Mr. McEwen: We don't usually break them out that way. We will roll it as part of our overall sports study we are giving that shows that professional. . . Well, we don't break them out that way.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): You wouldn't break it out if you had a profit? You promised Canadians you were going to see a profit here.

Mr. McEwen: Well, we will give you a report—

Mrs. Brown (Calgary Southeast): You are lucky I have a plan to catch, aren't you?

Mr. McEwen: Yes, well. . .

Mrs. Brown: Thank you, Mr. Chairman.

The Chairman: Thank you, *bon voyage*. I wonder if there will be a Canadian film on that plane. I hope so.

On va maintenant revenir à notre ordre du jour et inviter M^me^ Fortin à faire sa présentation.

Mme Michèle Fortin (vice–présidente, Télévision française, Société Radio–Canada): Merci, monsieur le président. Mesdames et messieurs, la série de tableaux qui illustrent ma présentation commence par le tableau comportant deux tartes en noir et blanc.

The Chairman: Black and white pies.

Mme Fortin: Il y a aussi de la couleur.

Une voix: Là où il en manque, vous allez en mettre.

Mme Fortin: Monsieur le président, mesdames et messieurs, vendredi dernier, dans un article publié dans le *Globe and Mail* et intitulé *The Miracle of Quebec Television*, Pierre Bourgault tentait de décrire et d'expliquer les raisons derrière la vitalité, la créativité et le dynamisme de la télévision de langue française, en particulier au Québec.

Confrontés à l'envahissement de la télévision américaine, nous n'avions pas le choix. Il fallait, pour la concurrencer, bâtir une télévision dynamique, près des auditoires, avec des émissions reflétant les aspirations, la culture et l'identité des francophones d'ici.

[*Traduction*]

M. McEwen: Ne vous inquiétez pas elle existera toujours.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Pas sous la forme actuelle.

M. McEwen: Je suis convaincu que vous nous appuyerez sans réserve.

M. Byrd: N'oubliez pas que nous avons fait nos preuves. Nous avons fait des profits chaque fois que nous avons diffusé les Jeux olympiques. Vous ne pouvez pas prouver le contraire.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): J'ignore quels profits vous avez réalisés après les Jeux d'Albertville. Vous avez dépensé 11,7 millions de dollars pour avoir les droits de diffuser les Jeux d'Albertville puis on a dépensé 28,9 millions de dollars mais nous n'avons aucun chiffre qui fasse état des profits que vous avez faits lors de la diffusion de ces Jeux. J'aimerais bien avoir ces chiffres.

M. McEwen: Nous n'assurons habituellement pas une ventilation du genre. Ces dépenses sont habituellement incluses dans les chiffres qui nous donnons sur les sports, incluant les sports professionnels. . . Nous n'assurons pas une ventilation du genre.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Ne voudriez–vous pas offrir une ventilation si vous réalisez des profits? Vous avez promis aux Canadiens qu'ils verraient des profits.

M. McEwen: Oui, nous vous donnerons un rapport. . .

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Vous êtes très chanceux que j'ai un avion à prendre.

M. McEwen: Oui, mais. . .

Mme Brown: Merci, monsieur le président.

Le président: Merci, bon voyage. Je me demande si on présentera un film canadien lors du vol. J'espère que oui.

We will come back to our regular agenda. I will now ask Mrs. Fortin to present her brief.

Mrs. Michèle Fortin (Vice–President, French Telecvision Network, Canadian Broadcasting Corporation): Thank you Mr. Chairman. Ladies and gentlemen, the series of charts backing up my presentation start with the page where you will find the chart with two black and white pies.

Le président: Deux tartes en noir et blanc.

Mrs. Fortin: There is some color too.

An hon. member: Where is there is none I'm sure you'll provide some.

Mrs. Fortin: Mr. Chairman, ladies and gentlemen, in the feature article published in last Friday's *Globe and Mail*, entitled *The Miracle of Quebec Television*, Pierre Bourgault described the reasons underlying the vitality and the creativity of French–language television, especially in Quebec.

• 1605

Faced with American television, we simply had no choice. In order to compete with the Americans, we had to produce TV programs that were dynamic, popular and reflected the aspirations, culture and identity of French–speaking Canadians.

[*Text*]

Après plus de 40 ans d'existence, la télévision de langue française dans son ensemble rejoint aujourd'hui les auditoires à plus de 80 p. 100. Elle a développé des auteurs, des créateurs, des producteurs, des artistes, des techniciens et des spécialistes en nombre et en qualité, sans commune mesure avec la taille de la communauté qu'elle dessert. Cette télévision est supportée par un système de vedettariat et par une presse spécialisée abondante et populaire. Elle n'est pas parfaite, loin de là, mais l'abondance de l'offre télévisuelle, du meilleur au pire, permet de retenir l'attention de l'ensemble des publics et, par ce moyen, de protéger et de développer une culture populaire francophone en Amérique du Nord. Le rôle de Radio–Canada dans ce succès a déjà été reconnu par le jury international du Festival de Banff, qui décernait au réseau français, en juin dernier, son grand prix d'excellence, le premier dans l'histoire de ce festival à être octroyé à une chaîne canadienne.

Contrairement à la télévision de langue anglaise, qui subit déjà les contrecoups de la fragmentation des marchés, la télévision de langue française continue, pour le moment, d'être dominée par trois chaînes généralistes qui rejoignent à elles seules 75 p. 100 de l'auditoire. Vous pouvez comparer les deux marchés, avec les télévisions qui ont des parts d'auditoire supérieures à 15 p. 100. Radio–Canada et Télé–Métropole ont à peu près 30 p. 100 chacun, Quatre–Saisons a environ 14 p. 100 et les autres stations se partagent le reste.

Cette situation n'a pas beaucoup changé depuis une dizaine d'années puisque la croissance des chaînes spécialisées s'est faite au détriment des chaînes anglophones généralistes ou spécialisées. Vous trouverez dans le deuxième tableau l'évolution du partage de l'auditoire entre les chaînes spécialisées, les chaînes francophones et les chaînes anglophones.

Par ailleurs, cela ne veut pas dire que la télévision de langue française est automatiquement protégée par la barrière linguistique. Au contraire, on remarque que plus l'offre de programmes est forte, populaire et diversifiée, plus l'écoute de la télévision généraliste en français est forte. En contrepartie, plus l'offre de ces chaînes faiblit, plus l'auditoire diminue et plus il se fragmente vers les chaînes spécialisées et vers les chaînes de langue anglaise.

La télévision de Radio–Canada: Dans un système de télévision où dominent les chaînes généralistes et où les deux principales chaînes, l'une privée et l'autre publique, s'accaparent chacune plus de 30 p. 100 de l'auditoire en heure de grande écoute, quelle est l'apport de la Société Radio–Canada, comme chaîne publique, qui justifie un investissement des contribuables dans cette télévision?

Parlons tout d'abord de l'évidence. La SRC est la seule chaîne hertzienne francophone canadienne accessible à quelque 98 ou 99 p. 100 des Canadiens. C'est la seule chaîne qui fournit à tous les francophones du pays des informations régionales en français. C'est aussi la seule qui permet de refléter au réseau ce qui se passe partout au Canada et qui dispose pour ce faire de sept stations régionales, de cinq stations affiliées, de cinq bureaux nationaux, de 17 bureaux régionaux, de deux bureaux parlementaires et de cinq équipes nationales d'actualités.

[*Translation*]

Forty years later, French–language television attracts over 80% of the audience. It has been instrumental in producing a far greater number of writers, creative people, producers, artists, technicians and specialists than could be expected from a rather small community. This television relies on a star system and many specialized newspapers and magazines. It is far from perfect, but its programming, whether good or bad, attracts wide audiences and contributes to the development of popular French culture in North America. Last June, the Banff Television Festival acknowledged Radio–Canada's role by granting the French network its Outstanding Achievement Award. This marked the first time that this prestigious distinction was awarded to a Canadian broadcaster.

Contrary to English–language television, which is greatly affected by market fragmentation, French–language television at present consists of primarily three conventional broadcasters. Together, they attract 75% of the audience. You can do a comparison of the two markets for television networks whose audience market share exceeds 15%. Both Radio–Canada and Tele–Metropole have approximately 30% of the market share, Quatre–Saisons has about 14% and the other stations share the balance.

This situation has not changed significantly over the last 10 years, since the licensing of specialized channels has affected mainly English–language services, whether conventional or specialized. The second table illustrated how the audience market share has evolved amongst the specialty channels, French–language television and English–language television.

However, the language barrier is not an automatic safeguard. When program choices are wide, varied and popular, viewership of French–language conventional television is strong. When program choices decrease, so does viewership. Audiences then turn to specialized channels and English–language networks.

SRC Television: In a broadcasting environment consisting mainly of two conventional broadcasters, one public, one private, each with more than 30% of the prime time audience, what is SRC's contribution? Why should Canadian taxpayers invest in SRC Television?

First, the facts. SRC Television is the only over–the–air French–language network available to 98% of the Canadian population. It is the only service providing French–speaking Canadians throughout the country with regional news in French. It is the only network reflecting what goes on in all parts of the country. Its resources are important: 7 regional stations, 5 affiliates, 5 national bureaus, 17 regional bureaus, 2 parliamentary bureaus and 5 national current affairs teams.

[*Texte*]

Même si les chaînes généralistes francophones, et en particulier TVA dans le secteur privé, diffusent une programmation majoritairement de contenu canadien, Radio–Canada domine à ce chapitre, particulièrement dans le domaine du divertissement. Je vous ai fourni un tableau du contenu canadien de la télévision française, et vous verrez plus tard une comparaison avec les autres chaînes.

En information, la SRC est la seule chaîne qui a le mandat de présenter des informations en provenance des diverses régions du Canada et de débattre de façon complète, équilibrée et objective des grands enjeux qui confrontent notre pays.

C'est la seule chaîne qui assure une couverture internationale continue, représentant le point de vue canadien en langue française, grâce à ses sept bureaux à l'étranger.

C'est la chaîne qui diffuse le plus grand nombre d'émissions d'affaires publiques en heure de grande écoute. C'est aussi une chaîne qui diffuse 1 000 heures d'émissions d'informations régionales pour des auditoires provinciaux.

[*Traduction*]

While the schedules of French–language conventional broadcasters, especially TVA's, consists mainly of Canadian programs, SRC's Canadian program content is even higher, especially in entertainment. I have provided you with a table depicting the Canadian content of French–language television, and later on you will see a comparison with the other networks.

As far as information is concerned, SRC is the only broadcaster whose mission is to provide news from all areas of the country as well as open, fair and complete discussions of major national issues.

SRC is the only network providing continuous international coverage and offering a Canadian perspective on world events in French, thanks to its seven foreign bureaus.

SRC airs the greatest number of current affairs programs in prime time. Furthermore, SRC broadcasts a thousand hours of regional news programming for its viewers throughout the provinces.

• 1610

En jeunesse, la Société Radio–Canada est, avec Radio–Québec, la seule chaîne de télévision non spécialisée, et donc accessible à tous, à présenter des émissions destinées spécifiquement aux enfants de tous les âges. Cette programmation représente 17 p. 100 de la grille et est composée de 50 p. 100 d'émissions canadiennes et 50 p. 100 d'émissions étrangères. Ces émissions sont choisies pour leur qualité et leur caractère non sexiste et non violent. Elles mettent en scène des jeunes de divers groupes ethniques. Celles qui sont produites ici gagnent régulièrement des prix. Toute cette programmation est diffusée sans messages commerciaux.

As far as youth programming is concerned, together with Radio–Québec, SRC Television is the only conventional broadcaster offering youth programs for all ages. Youth programming accounts for 17% of the schedule and is made up of 50% Canadian programs and 50% foreign programs. Programs are selected on the basis of their quality as well as of their non–violent and non–sexist nature. They feature young people from various cultural communities. Canadian programs regularly win awards. No commercials are broadcast on youth programs.

En dramatique, la Société Radio–Canada est à l'origine d'une nouvelle forme d'expression télévisuelle, le téléroman, qui représente à l'écran la vie passée et présente des gens d'ici. Depuis les débuts de la télévision, il s'est écrit, produit et diffusé environ 140 téléromans, dont une centaine à Radio–Canada. Certains de ces téléromans ont duré jusqu'à sept ans. Cette année, chacune des quatre chaînes en diffusera au moins un. Radio–Canada en diffusera six, sans compter trois comédies de situation.

As for drama, SRC created a genre of TV serial drama called *téléroman*. It depicts the past and present–day life of ordinary people. Since the start of television, some 140 *téléroman* have been broadcast, including about 100 by Radio–Canada. Some of these *téléromans* have lasted up to seven years. This year, each of the four networks will broadcast at least one *téléroman*. SRC will air six, plus three sitcoms.

En 1986, Radio–Canada mettait en ondes la première série télévisée réalisée sur film par un producteur indépendant: *Lance et Compte*. En 1994, chacune des quatre chaînes diffusera au moins une série ou une minisérie de ce type.

In 1986, SRC Television broadcast *Lance et Compte*, the first made–for–TV series from a private producer. In 1994, each of the four networks will show at least one made–for–TV series or mini–series.

De plus, en 1994, la Société Radio–Canada diffusera quatre télédramatiques maison, quatre téléfilms produits par le secteur indépendant et une série produite pour le réseau anglais de Radio–Canada: *Road to Avonlea*.

Furthermore, in 1994 SRC will produce four TV dramas and broadcast four made–for–TV movies made by independent producers as well as *Road to Avonlea*, produced for CBC Television.

De façon générale, 8 p. 100 de la grille aux heures de pointe est consacrée aux émissions dramatiques en automne–hiver. On y consacre 18 p. 100 du budget programme de la Télévision générale et elles attirent en moyenne 1,3 million de téléspectateurs aux heures de grande écoute.

Overall, drama programs make up 8% of the prime time schedule in fall and winter and are allocated 18% of General Television's program budget. On average, they attract 1,3 million viewers during the prime time slot.

Radio–Canada se distingue aussi depuis de nombreuses années en présentant des émissions scientifiques, et pour les jeunes et pour les adultes, des émissions religieuses, des émissions agricoles, des magazines littéraires et culturels et par son offre dans le cadre des *Beaux Dimanches*.

For many years now, SRC has been presenting science programs for young and adult viewers, religious programs, agricultural programs, literary and cultural magazines and its *Beaux Dimanches* line up. All these highlight the distinctive character of SRC programming.

[*Text*]

En effet, Radio–Canada est aussi la seule télévision à maintenir depuis plus de 20 ans, cela malgré la hausse des coûts et les restrictions budgétaires, une case qui permet de présenter à l'ensemble de la population francophone du pays, où qu'elle habite et quelle que soit sa situation financière, ce qui se fait de mieux en matière de culture et de spectacles. À titre d'exemple, durant la saison automne–hiver 1993–1994, on pourra voir aux *Beaux Dimanches* 11 grandes variétés, quatre télédramatiques, quatre téléfilms, 14 concerts, opéras, spectacles de danse et documentaires sur les arts, six grands dossiers d'information et quatre films de répertoire. Vous avez ici l'offre de programmes des *Beaux Dimanches* pour l'ensemble de la saison automne–hiver.

On entend souvent, chez les nostalgiques de l'âge d'or de Radio–Canada, des regrets pour cette époque du début des années 1970, où l'on présentait jusqu'à 14 téléthéâtres dans le cadre des *Beaux Dimanches*. Ce que l'on oublie parfois, c'est qu'à la même époque, Radio–Canada présentait, entre 17 heures et 23 heures, 10 heures de divertissement étranger, principalement américain, de plus qu'aujourd'hui.

Vous trouverez dans vos tableaux les grilles de l'automne–hiver de Radio–Canada, réseau français, en 1969–1970, 1976–1977, 1980–1981, 1985–1986 et 1994–1995. Vous pourrez y distinguer la part consacrée aux émissions d'information, aux dramatiques canadiennes, aux émissions d'origine étrangère et aux sports.

Enfin, je pense qu'il est important de rappeler l'absence de réclames commerciales dans les émissions de nouvelles, les émissions jeunesse, les émissions religieuses et les émissions de musique et de danse aux *Beaux Dimanches*. De plus, la Société Radio–Canada a choisi de limiter le nombre de réclames dans un certain nombre d'émissions d'information et de culture. Nous diffusons donc régulièrement une grille de programmation où environ le quart des émissions sont présentées soit sans publicité, soit avec une publicité réduite. Vous trouverez ici, au tableau 10, les éléments de la grille qui sont sans publicité ou avec une publicité réduite. C'est la grille automne–hiver 1994–1995.

• 1615

Bien sûr, nous présentons aussi des émissions sportives—8 p. 100 de la grille—, des variétés et des émissions d'intérêt général—14 p. 100—, sans oublier les émissions d'humour, parce que nous voulons demeurer une télévision complète pour tous les Canadiens de langue française. En fait, comme vous pouvez le constater dans le tableau numéro 11, la principale caractéristique de notre programmation, c'est qu'elle est la plus complète, la plus diversifiée et la plus canadienne de toutes les programmations offertes sur une chaîne francophone au Canada.

Cette diversité se manifeste aussi dans la provenance des émissions, où réseau, régions, indépendants et affiliés contribuent chacun à l'enrichissement de notre programmation. Vous pouvez voir au tableau 12 la provenance des émissions diffusées sur le réseau, à l'exception des émissions régionales diffusées uniquement en région.

C'est de cette façon que nous estimons le mieux réaliser notre mandat et exercer notre responsabilité envers tous nos concitoyens de langue française au pays.

[*Translation*]

For over 20 years, and despite rising costs and budget constraints, SRC Television has been the only network offering French–speaking Canadians, wherever they live and whatever their means, the best in culture and entertainment. For example, during the fall–winter season in 1993–94, *Beaux Dimanches* had, in its line up, 11 major variety shows, 4 TV drama programs, 4 made–for–TV movies, 14 concerts, operas, dance performances and art documentaries, 6 major information features and 4 repertory films. This was the fall–winter lineup that was presented on *Beaux Dimanches*.

We sometimes hear people recall the good old days, in the early seventies, when SRC was showing up to 14 TV dramas as part of the program *Beaux Dimanches*. What people tend to forget is that during those years, Radio–Canada was broadcasting 10 hours more of foreign programming, mainly American, between 5 p.m. and 11 p.m.

We have handed you the SRC fall–winter program schedules for 1969–70, 1976–77, 1980–81, 1985–86 and 1994–95. You can see how much time was allocated for news programs, Canadian drama, foreign programs and sports.

Finally, it should be noted that news, youth and religious programs, as well as music and dance programs in *Beaux Dimanches*, carry no commercials. Furthermore, commercials are limited in a number of news and cultural programs. Overall, approximately 25% of SRC's program schedule carries no, or limited, advertising. Table 10 shows which programs on the schedule contain no or limited advertising. This is the fall–winter program schedule for 1994–95.

We offer sports programs—8% of schedule—, variety and general interest programs—14%—, and comedy, because we must provide a complete range of programming to French–speaking Canadians. As Table 11 illustrated, SRC's schedule is the most complete, varied and Canadian of all French–language broadcasters' schedules.

Our programming comes from the network itself, the regions, private producers and affiliates. Table 12 shows the source of programs broadcast on the network, with the exception of regional programs which are broadcast only in the regions concerned.

We feel that this is the best way to fulfill our mission and our responsibility to our French–speaking viewers.

[*Texte*]

Nous croyons que, plus notre programmation sera forte et populaire, plus nous réussirons à intéresser les téléspectateurs d'ici à leur télévision, y compris aux émissions plus spécialisées qui ne réussiraient jamais à atteindre le même auditoire sur des chaînes éducatives ou spécialisées ne bénéficiant pas du même achalandage.

Notre télévision, avec son équilibre actuel entre le secteur privé et le secteur public et surtout avec des ressources importantes de l'État, que ce soit via Radio–Canada ou Téléfilm Canada, a réussi à se maintenir au centre de la vie sociale et culturelle. Ce faisant, elle a aussi permis une explosion de créativité sans commune mesure avec la taille de notre population, cela malgré sa situation géographique en Amérique du Nord.

Il n'y a aucun système exclusivement privé qui aurait pu assurer ce développement. Il n'y en a aucun qui pourrait le maintenir seul dans le contexte actuel.

Je vous remercie beaucoup.

Le président: Merci bien, madame Fortin. Madame Tremblay.

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Bonjour, monsieur Byrd et madame Fortin. Rebonjour à nos deux collègues que nous connaissons maintenant un peu mieux, messieurs Pineau et McEwen, et félicitations à nouveau pour la présentation. Je suis très impressionnée par les beaux documents qu'on reçoit.

Madame Fortin, je dois d'abord vous dire une chose. Je ne sais pas si c'est vous que je dois remercier, mais chaque fois que j'entends: «Ici la Société Radio–Canada», je me réjouis de ne plus entendre: «Ici le réseau national». Je ne sais pas qui a pris la décision de changer l'identification, mais il me semble que «la Société Radio–Canada» est beaucoup plus conforme à la réalité que «le réseau national». Si c'est vous qui êtes l'auteur de ceci, je vous en remercie. Si ce n'est pas vous, remerciez la personne responsable de ce magnifique changement.

J'aurais énormément de questions à poser, mais je vais commencer par une question un peu bizarre. C'est la dernière fois qu'on voit la Société pour l'instant, n'est–ce pas, monsieur le président?

Le président: Oui.

Mme Tremblay: Cela va nourrir ma réflexion.

En venant à Ottawa la dernière fois, en voiture, j'écoutais le bulletin de nouvelles et j'apprenais que vous coupiez de 50 p. 100 la puissance des émetteurs pour des raisons d'économie. On nous expliquait qu'il fallait que vous alliez au CRTC pour demander l'autorisation de faire cela et qu'il fallait le demander pour chacune des stations, parce qu'il s'agissait de choses très spéciales, mais on nous disait en même temps que, dans tous les bureaux de Radio–Canada, la formule de plainte était déjà disponible et qu'on pourrait l'utiliser si jamais il y avait des problèmes causés par la diminution des signaux. On apprenait à la même occasion que le signal sur le Mont–Royal ne serait pas coupé, lui, parce qu'autrement, Drummonville et Saint–Hyacinthe auraient de la difficulté à recevoir la télé.

[*Traduction*]

We believe that if our programming is strong and popular, we will succeed in attracting wide audiences to our programs, including to programs that appeal to more specialized audiences and that would never achieve the same ratings if they were shown on educational or specialized networks with limited viewership.

Our television, with its balance between private and public components and the important contribution of public funds—Radio–Canada and Telefilm—has been in the mainstream of our social and cultural life. It is responsible for a burst of creativity that far exceeds the size of the French–speaking community in North America.

No private undertaking could have achieved this result single–handedly, and given current conditions, none could succeed in maintaining it.

Thank you very much.

The Chairman: Thank you very much, Ms Fortin. Mrs. Tremblay.

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Good afternoon, Mr. Byrd and Ms Fortin. I would also like to say hello again to Mr. Pineau and Mr. McEwen, two colleagues whom we now know a little better, and congratulate you again on your presentation. I am very impressed by the beautiful documents we have received.

Ms Fortin, there is something I must say to you straight away. I do not know if you are the person I should be thanking, but whenever I hear "This is Radio–Canada", I am pleased that I no longer hear "This is the national network". I do not know whose decision it was to make this change, but it seems to me "Radio–Canada" far more accurately reflects reality than "The national network". If you are the person behind this change, I must thank you. If it is not you, please thank the person responsible for this wonderful change.

I have a great many questions to ask, but I shall begin with one that may seem a little strange. This is the last time that we will be seeing the Corporation for a while, isn't it Mr. Chairman?

The Chairman: Yes.

Mrs. Tremblay: This will give me food for thought.

The last time I took the car to come to Ottawa, I was listening to the news and learned that in order to save money, you were cutting the power of your transmitters by 50%. We were told that you had to go to the CRTC for authorization to implement such a decision and that authorization had to be obtained for each station concerned because specific issues were involved, but we were also told that complaint forms were already available in CBC offices and that they could be used in the event of problems resulting from the reduced power of the signals transmitted. We also learned that the power of the Mont–Royal would not be cut because otherwise television reception in Drummonville and Saint–Hyacinthe would be adversely affected.

[*Text*]

J'ai fait tout ce long préambule pour vous demander: Compte tenu de toute la déréglementation du CRTC, compte tenu de tout le personnel qui semble occupé à préparer les dossiers pour le CRTC, pour toutes les stations de radio et de télé, françaises anglaises, que vous avez partout au Canada, ne serait–il pas préférable d'économiser tout l'argent que nous coûte le CRTC et de le donner à Radio–Canada?

[*Translation*]

Following this long preamble, I would now like to ask you this: In view of all the deregulation by the CRTC, and in view of all the staff who seem to be busy preparing information for the CRTC regarding all the Corporation's French and English radio and television stations across Canada, would it not be preferable to save all the money which the CRTC costs us and give it to the CBC?

• 1620

En quoi le CRTC est–il vraiment utile dans la conjoncture actuelle? Avec toutes les décisions qu'on vient de prendre, en quoi le CRTC est–il encore utile au Canada?

Do you want that one?

Mr. McEwen: I could go on at some length, Madam Tremblay.

The regulator is responsible for licensing the frequency and the power of the transmission. If we are to change that, and we have a new contour—they're called A,B, or C contours. Say we're going from an A contour to a B contour; we have to be given a licence to do that because of the question of whether we are going to bump into somebody else's contour, whether we are going to deprive people of service, all of those kinds of issues. That's the rationale behind it. I will leave it to others to ascertain the efficacy of the CRTC's role in those areas. I think it's important to have some kind of body that assigns those things or we would be bumping into one another.

Let me speak to the essence of your point. We have as part of our efficiencies—and you're going to hear more of this from the president. We are looking at trying to make some cost savings in our distribution and transmission services. If we can reduce the power in a transmitter but still serve all the listeners or viewers that transmitter is supposed to serve, then we should make that economy. That's what we're going through in testing.

Mrs. Tremblay: I don't have a problem with that. My problem is with the CRTC.

Mr. McEwen: Sometimes we have problems, too.

Mme Tremblay: Le CRTC a été prévu pour réglementer, mais à l'heure actuelle, il déréglemente tout. M. Spicer a récemment dit qu'il ne voulait plus rien savoir de la réglementation, ou quelque chose de ce genre, que la réglementation le dérangeait pas mal, qu'il n'était pas trop d'accord sur cela.

Comment fait–on, aux États–Unis, pour donner des permis à ABC, NBC et CBS? Je ne vous demande pas de descendre le CRTC. Ce n'est pas le sens de ma question. Je veux être alimentée pour réfléchir. Le CRTC vient de de permettre aux compagnies de téléphone de faire de la télé et aux compagnies de câble de faire du téléphone. On ne saura plus qui va faire quoi. Où allons–nous avec cela? Est–ce qu'on en a encore vraiment besoin? Ce n'est pas un piège. C'est vraiment. . .

Mr. McEwen: Look, in my view—

Mme Tremblay: La réglementation, c'est la censure: c'est ce que M. Spicer a dit. Pourtant, il a été engagé pour faire de la réglementation.

Really what is the use of the CRTC at the present time? Given all the decisions that have been taken, in what way is the CRTC still of any use to Canada?

Voulez–vous répondre à cette question?

M. McEwen: Je pourrais donner une réponse assez longue, madame Tremblay.

L'office de réglementation est chargé de délivrer des permis relatifs à la fréquence et la puissance de l'émetteur. Pour changer ces deux éléments, il faut établir une nouvelle zone de réception, qu'on appelle zone A, B ou C. Pour passer de zone A à zone B par exemple, il faut obtenir un permis nous autorisant à le faire. Sinon on risque d'empiéter sur la zone d'un autre émetteur et de priver l'auditoire du service qu'il avait reçu auparavant. C'est la raison pour laquelle le CRTC octroit des permis. Je laisserai à d'autres le soin de juger de l'efficacité du CRTC dans ce domaine. Je crois qu'il est important d'avoir ce genre d'organisme de réglementation car autrement nous nous heurterions les uns aux autres.

Permettez–moi de répondre maintenant au point essentiel de votre question. Le président vous en parlera davantage, mais j'aimerais signaler que dans le cadre de notre programme de compression des dépenses nous essayons de réduire le coût de nos services de distribution et d'émission. Si nous pouvons réduire la puissance d'un émetteur et continuer de desservir l'auditoire visé, alors de telles économies devraient être réalisables. C'est ce que nous essayons actuellement d'évaluer.

Mme Tremblay: Je n'ai pas de problème avec cela. J'ai un problème avec le CRTC.

M. McEwen: Nous aussi avons parfois des problèmes.

Mrs. Tremblay: The CRTC was set up to regulate, but at the present time it is deregulating everything. Mr. Spicer stated recently that he was no longer interested in regulations, or something to that effect, and that he was uncomfortable or not really in agreement with regulating activities.

What is the system in the United States for giving licences to ABC, NBC or CBS? I am not asking you to criticize the CRTC. That is not the point of my question. I want to be given information to allow me to reflect on this question. The CRTC has recently decided to allow telephone companies to do television work and cable companies to provide telephone services. We won't know who is doing what. Where are we heading with this approach? Do we still really need it? This is not a trick question. It is really—

M. McEwen: Écoutez, à mon avis. . .

Mrs. Tremblay: Imposing regulations in tantamount to censorship, according to Mr. Spicer. However, he was hired to set regulations.

[*Texte*]

Mr. McEwen: I don't want to get into that debate. I will only say two things, and it's a philosophical difference.

Here the airwaves belong to the people. If they belong to the people—

Mrs. Tremblay: Here?

Mr. McEwen: In this country. They belong to the people. If they belong to the people, the government has to be assured, Parliament has to be assured that there is a fairness and a proper usage of those airwaves. The principle also applies—and this is where the difficulty is now to for regulator—that as we find new transmission systems such as cable, direct–to–home, or the telephone companies, we're struggling to find policies that protect the rights of the people to have access to these systems, fair competition and pricing.

I think the CRTC has some enormous challenges that also have to be aided by government policy and a framework for them to operate in. The information highway task force is an example that may help them.

But that's the issue. We're struggling along with them, and so is every other broadcaster, as we move from the traditional over–the–air method of distributing to other forms.

M. Alain Pineau (vice–président, Planification et réglementation, Société Radio–Canada): Je voudrais ajouter deux choses, madame Tremblay.

[*Traduction*]

M. McEwen: Je ne veux pas me lancer dans ce débat. Je ne dirai que deux choses, et c'est une différence de principes.

Ici les ondes appartiennent au peuple canadien. Si elles appartiennent au peuple. . .

Mme Tremblay: Ici?

M. McEwen: Au Canada. Elles appartiennent au peuple. Si c'est le cas, le gouvernement et le Parlement doivent être sûrs qu'elles sont utilisées de façon juste et équitable. Le problème qui se pose à l'organisme de réglementation est qu'à mesure qu'on utilise de nouveaux systèmes d'émission tels le câble, la diffusion directe ou les compagnies de téléphone, il faut élaborer des politiques qui protègent les droits de la population d'avoir accès à ces systèmes, la concurrence loyale et des prix raisonnables.

Je pense que le CRTC a des défis énormes à relever. Le gouvernement doit élaborer une politique et un cadre qui l'aideront à s'acquitter de ses responsabilités. Le groupe d'étude sur l'autoroute électronique est un exemple qui pourrait éventuellement l'aider.

Mais c'est cela le problème. Nous, et tous les autres radiodiffuseurs, avons les mêmes problèmes alors que nous passons de la méthode traditionnelle de diffuser nos émissions à de nouvelles méthodes de distribution.

Mr. Alain Pineau (Vice–President, Planning and Regulatory Affairs, Canadian Broadcasting Corporation): I would just like to add two things, Ms Tremblay.

• 1625

Premièrement, je pense qu'il est indéniable que le CRTC a joué un rôle extrêmement important pour l'ensemble de la culture canadienne. Est–ce que ce rôle doit changer? Ce n'est pas à nous de nous prononcer là–dessus. La question peut certainement être posée.

D'autre part, aux États–Unis, il y a une agence de réglementation. Elle est asez différente de celle du Canada, mais il y a quand même une agence de réglementation. Je vous signale—phénomène intéressant—qu'on avait déréglementé les câblodistributeurs aux États–Unis, mais qu'on a décidé de remettre de la réglementation. On ne s'en va pas nécessairement vers un monde de... Il y a un équilibre à trouver. L'univers change. L'organisme régulateur doit lui aussi s'adapter.

De notre point de vue, il est bien évident que nous sommes d'accord sur tout allégement du fardeau réglementaire que le CRTC peut envisager, parce que c'est très lourd pour nous et peut–être pas toujours utile.

The Chairman: I would just like to interrupt to reassure my colleagues that we are finding out for whom the bell tolls.

Mr. Pineau: Hopefully it is not for us.

Mme Tremblay: Vous demandez un renouvellement de votre licence tous les trois ans, n'est–ce pas? Est–ce que cela pourrait être moins souvent? Pourrait–on vous la donner pour 10 ans, de sorte que vous n'auriez pas toujours du personnel en train de monter ces dossiers?

First of all, I think that it is undeniable that the CRTC has played an extremely important role in the entire Canadian cultural scene. Should this role change? It's not up to us to answer that question, but this question certainly can be asked.

Moreover, there is a regulatory body in the United States. It is fairly different from Canada's regulatory body, but even so, there is one. I'd like to point out to you—this is an interesting phenomenon—that American cable operators were deregulated, but later it was decided to regulate them once again. We're not necessarily moving towards a world of. . . A certain balance has to be struck. The universe is changing. Regulatory bodies have to change too.

As far as we are concerned, we certainly favour any lessening of the regulatory burden that the CRTC might envisage, because we find this to be a very heavy burden, and may not always be useful.

Le président: Je voudrais interrompre tout simplement pour rassurer mes collègues que nous sommes en train de téléphoner pour savoir pour qui sonne le glas.

M. Pineau: J'espère qu'il ne sonne pas pour nous.

Mrs. Tremblay: You apply for a license renewal every three years, isn't that so? Could you apply less often? Could they give you a license for 10 years, so that you wouldn't always need to have staff to prepare these applications?

[*Text*]

J'ai cru comprendre que vous aviez besoin d'une équipe au siège social, entre autres, pour monter tous les dossiers du CRTC, y compris ceux que vous nous amenez ici. Qu'est–ce que cela représente comme somme de travail et comme argent, en termes de personnel? Êtes–vous capable de nous donner une idée du prix des exigences du CRTC à l'heure actuelle?

M. Pineau: D'une part, la durée des licences était, jusqu'à tout récemment, de cinq ans au maximum. La nouvelle loi prévoit qu'elles peuvent être d'une durée de sept ans. Le CRTC a toujours la discrétion de donner une licence d'une durée d'un an, de six mois ou de trois ans. Tout dépend s'ils sont satisfaits de ce qu'ils ont reçu comme preuve, autant de notre part que de n'importe quel diffuseur privé.

Actuellement, le CRTC nous a donné une licence de cinq ans. Mais le problème, dans une certaine mesure, et c'est normal, c'est la charge de travail. Il y a celle des réseaux de télévision. Ensuite, il y a celle des réseaux de radio. Il y a aussi les stations de radio régionales et les stations de télévision régionales, ainsi que les services spécialisés. C'est un processus à peu près continu. Je serais incapable de vous dire combien cela nous coûte sur une base annuelle. C'est quelques années–personnes.

Dans le secteur que je dirige, il y a quatre personnes qui travaillent à plein temps aux histoires du CRTC, d'une façon ou d'une autre. Nous avons besoin de l'aide de personnel dans les réseaux ou dans les stations régionales, selon la licence qui est à renouveler. C'est du personnel normal qui se consacre à cela.

Mme Tremblay: Les quatre personnes, cela n'inclut pas toute la production du matériel, tous les dossiers que vous préparez, n'est–ce pas?

M. Pineau: Non. Évidemment, il y a la reprographie là–dedans, et je ne compte pas cela. Je parle des gens.

Le président: Je crois que nous devons maintenant passer de l'autre côté. On va sans doute revenir à vous.

Just to reassure everyone, that was a quorum bell. Apparently they found their quorum, so we're okay. We can stay where we are.

Mr. McEwen: Mr. Chairman, I'd like to add one point here, and I think it's an important feature of our public accountability.

The CRTC does provide a public forum where the public itself gets to come and comment and participate. If I had a wish, it would be that we could streamline that, that we could deal with all of English television and the stations at one go and all of French television and stations at one go. But not for a minute would I ever want to give up that kind of independent regulatory forum. I think it is an excellent way that a broadcaster—particularly in our case, a public broadcaster—can demonstrate public accountability.

The Chairman: We will go now to Madam Bakopanos.

[*Translation*]

I understood that you needed a team at headquarters to prepare all the CRTC applications, including the files that you have brought us. How much work does this represent? How much does it cost you to have this staff? Could you tell us how much these CRTC requirements cost you at present?

Mr. Pineau: Until very recently, the licences were good for up to five years at most. Under the new act, they can be for up to seven years. The CRTC still has the discretion to give a licence for one year, six months or three years. It all depends on whether they're satisfied with the evidence that they have received, be it from ourselves or from any private broadcaster.

At present, the CRTC has given us a five–year licence. But to some extent, the problem is the workload, and that's normal. There's the work required for the television networks. Then, there's the work required for radio networks. Then there's the regulatory work for regional radio stations and regional television stations, as well as the special services. The process goes on pretty much non–stop. I couldn't tell you how much it costs us annually. It would be a few person–years.

The unit that I manage has four people who work on CRTC matters on a full–time basis, in one way or another. We also need the assistance of the network staff or the staff of the regional stations, depending on which licence is being renewed. This assistance comes from the regular staff.

Mrs. Tremblay: When you mentioned the four staff members, I suppose that doesn't include all the work of preparing the material and all the files, does it?

Mr. Pineau: No. Obviously, there's the cost of reproducing all the material, and I'm not counting that. I'm talking about staff.

The Chairman: I think that we should now move on to the other side. I'm sure we'll be getting back to you.

Je voudrais tout simplement rassurer tout le monde que le timbre a sonné pour appeler les députés à la Chambre afin qu'il y ait quorum. Ils ont réussi, semble–t–il, alors ça va pour nous. Nous pouvons rester ici.

M. McEwen: Monsieur le président, je voudrais ajouter quelque chose, et à mon avis, c'est un élément essentiel de notre obligation de rendre des comptes au public.

Le CRTC organise des séances publiques auxquelles les membres du public peuvent assister pour faire des observations et pour apporter une contribution. Si c'était à moi de décider, je choisirais de rationaliser tout ce processus pour traiter de tout le réseau de la télévision anglaise et toutes les stations d'un seul coup, et de tout le réseau de télévision française et toutes les stations d'un seul coup. Mais je ne voudrais jamais supprimer ces audiences indépendantes. À mon avis, ces audiences offrent une occasion excellente aux télédiffuseurs—et surtout, dans notre cas, un télédiffuseur public—de rendre des comptes au public.

Le président: Je donne la parole à M^me^ Bakopanos.

[*Texte*]

Mme Bakopanos (Saint–Denis): Bienvenue et bonjour à M^me^ Fortin qu'on a eu l'occasion de voir la semaine dernière. C'était lors d'une activité que j'ai trouvée exceptionnelle. Huit étudiants ont fait un stage de trois mois à la SRC. J'ai trouvé cela excellent parce que quatre de ces étudiants sont maintenant engagés à la SRC. Je trouve cela exceptionel et je veux vous féliciter pour ce programme.

J'ai été vraiment intéressée par vos propos, madame Fortin, quand vous avez dit, à la page 3, que «l'apport de la SRC, comme chaîne publique, . . .justifie l'investissement des contribuables dans cette télévision».

Tous les membres du Comité ont eu des représentations de la part des réseaux privés. Ils disent qu'ils ne peuvent pas être compétitifs compte tenu de l'avantage que vous avez en termes de ressources. C'est un chose qui est revenue plusieurs fois dans toutes les discussions que nous avons eues.

Par exemple, TVA, CTV, Quatre–Saisons et la SRC desservent une ville comme Sherbrooke. Il y a quatre chaînes qui se partagent les heures de grande écoute. Les autres réseaux disent qu'ils ne peuvent pas être compétitifs au même niveau que vous. S'ils veulent acheter de la programmation comme les Jeux olympiques ou les Jeux du Commonwealth, ils peuvent contribuer jusqu'à un certain point et, ensuite, ils sont toujours désavantagés parce que vous pouvez revenir avec une offre plus élevée que celle de TVA ou de Quatre–Saisons.

J'aimerais que vous me disiez ce que vous pensez de la question de la compétitivité.

Deuxièmement, en ce qui concerne la télévision francophone, il y a quatre réseaux qui desservent une population qui n'est pas assez nombreuse, si on peut dire. En France, par exemple, il y a une ou deux chaînes qui desservent une population plus nombreuse que celle de la province de Québec. Croyez–vous que, là aussi, vous avez un avantage étant donné que vous avez l'argent des contribuables?

Mme Fortin: Sur certains points, les réseaux privés ont raison. Sur le plan de la compétitivité, dans certains domaines, ils ne sont pas là parce que les coûts sont trop élevés et qu'ils ne peuvent fournir le service. Par exemple, et vous l'avez vu en radio hier, il n'y a presque pas de réseaux privés qui font de l'information internationale parce que c'est trop cher. Le coût d'émissions sérieuses d'affaires publiques en heure de grande écoute est relativement élevé.

Pour ce qui est des dramatiques, je pense que tous les réseaux en font; nous en faisons un peu davantage. En termes de compétition, Télé–Métropole a une part de marché en heure de grande écoute. Ils sont tellement compétitifs qu'on a une part de marché à peu près égale. Ils ont des revenus commerciaux supérieurs aux nôtres.

Je viens de perdre deux *packages* de films à TVA, qui a payé un million de dollars de plus que moi. Je viens d'en perdre un à TQS, parce que ce réseau a choisi des secteurs où il exerce un attrait auprès du public, des secteurs que nous avons décidé de ne pas faire.

Par exemple, TQS a une énorme programmation de films américains et d'émissions étrangères. Dans ce secteur, nous ne sommes pas compétitifs. Ils vont chercher des auditoires avec des films américains traduits pour les francophones. Chez nous, on présente beaucoup moins de ces films.

[*Traduction*]

Mrs. Bakopanos (Saint–Denis): Welcome. Good afternoon to Ms Fortin, whom we had an opportunity to see last week. We were able to see you during a special activity, and I thought it was marvelous. Eight students were able to do a three month internship at the SRC. I thought it was an excellent initiative, because four of these students have now been hired by the SRC. I thought that was great, and I'd like to congratulate you on this program.

• 1630

Ms Fortin, your remarks really intrigued me. On page 3 of your brief, you asked, "What is SRC's contribution? Why should Canadian taxpayers invest in SRC Television?"

Committee members have had representations from the private networks. They say that they can't compete because of the advantage you have in terms of resources. This theme came up repeatedly in all the discussions that we had.

For example, TVA, CTV, Quatre–Saisons and the SRC all serve a city such as Sherbrooke. There are four networks sharing prime time. The other networks say that they can't compete at the same level as you do. If they wish to purchase programming such as the Olympic Games of the Commonwealth Games, they can go up to a certain point, and then they are always at a disadvantage because you can counter with a higher offer than TVA's or Quatre–Saisons' offer.

I'd like you to tell me what you think of the issue of competitiveness.

Secondly, there are four French television networks, and they provide service to a fairly small population. Yet in France, there are only a few networks that provide service to a much larger population than the population of the province of Quebec. Do you think that you have an advantage in this area as well, given that you get public funding, that is to say, taxpayers' dollars?

Ms Fortin: The private networks are right about some things. In some areas, they can't be competitive because the costs are too high and they can't provide the service. For instance, and we saw this yesterday when we were talking about radio, there are hardly any private networks that provide international news coverage because it's too expensive. The cost of serious public affairs programs during prime time is relatively high.

As for dramas, I think that all the networks produce them; we produce a few more. In terms of competition, Télé–Métropole does have a share of the prime time market. They are so competitive that we have nearly equal market share. Their commercial revenues are higher than ours.

I just lost two movie packages to TVA, which paid a million dollars more than what I offered. I just lost a package to TQS, because that network chose sectors in which it appeals to the public, sectors that we had decided not to go into.

For example, TQS shows an enormous number of American movies and foreign programs. We aren't competitive in that sector. They get viewers with American movies that have been translated into French. We don't run nearly as many movies of this nature on our network.

[*Text*]

Télé–Métropole a trouvé une autre niche où elle a développé des émissions qui sont très compétitives avec les nôtres, mais d'une autre façon. Là où le bât blesse, c'est quand ils se mettent à discuter des questions de sport ou des questions olympiques.

J'aimerais vous faire remarquer que nous n'avons pas enlevé les sports à Télé–Métropole. C'est Quatre–Saisons qui a enlevé les sports à Télé–Métropole. C'est un réseau privé et ils ont dû faire leur *business case* de telle sorte qu'ils ont dû en tirer un certain profit. Leur intérêt dans le sport était probablement plus grand que celui de Télé–Métropole compte tenu de la population de l'auditoire qu'ils visent. Nous nous n'avons rien enlevé à Télé–Métropole dans le domaine du sport. C'est une gaffe qui s'est faite entre les privés.

En ce sens, nous avons davantage d'argent mais ce que nous faisons avec cet argent, ils ne le font pas. Ils ne font pas d'émissions jeunesse. Ils font beaucoup plus de programmation étrangère. Ils font très peu d'information internationale. Ils ne font pas d'arts et de culture.

Nous sommes en concurrence parce que nous faisons tous des émissions que nous avons mises en onde d'abord et qu'ils ont décidé de faire eux aussi à cause de leur propre popularité. On parle des téléromans, des séries dramatiques et d'un certain nombre d'autres émissions.

• 1635

Dans le fond, cela crée une émulation qui fait, et je n'ai pas honte de le dire, que je ne serais jamais aussi bonne si Télé–Métropole n'était pas là, mais je suis convaincue que si je n'étais pas là, ils seraient bien moins bons eux aussi.

Mme Bakopanos: Touché.

Une autre petite question sur la réglementation. Les autres réseaux ont également dit aux membres du Comité que les règlements étaient établis de façon à vous donner encore un avantage, que si les règlements étaient un peu plus flexibles, il y aurait plus de compétitivité qu'il n'y en a ce moment. Que répondez–vous à cette remarque?

Mme Fortin: Je ne comprends pas vraiment le sens de la question. La seule chose à laquelle je peux penser, chose qui concerne davantage le réseau anglais que le réseau français, c'est aux règlements concernant le contenu canadien.

Le fait d'imposer aux réseaux privés de présenter du contenu canadien est une charge financière pour eux et fait qu'ils ne sont pas aussi compétitifs.

À la télévision de langue française, l'auditoire recherche le contenu canadien. Dans ce sens–là, je ne pense pas que la réglementation sur le contenu canadien soit à ce point pénalisante, sauf peut–être à une certaine époque pour Quatre–Saisons, qui voulait consacrer plus de 50 p. 100 de sa grille à du cinéma étranger.

Mme Bakopanos: Merci.

M. Pineau: Je voudrais, si vous me le permettez, ajouter trois choses sur des points que vous avez soulevés.

D'abord, sur la question de la compétitivité, vous vous souviendrez peut–être qu'il y a environ trois ans, le ministre des Communications d'alors, M. Masse, avait organisé un sommet de la télévision à la suite d'accusations de compétition déloyale de la part du diffuseur public. C'est un petit aspect que je vous souligne, parce que les affiliés sous censés venir ici.

[*Translation*]

Télé–Métropole has found another niche in which it has developed programs that are very competitive with our own, but in a different way. When they start talking about sports or the Olympics, that's where it hurts.

I'd just like to point out that we did not take sports away from Télé–Métropole. It was Quatre–Saisons that took sports away from Télé–Métropole. They are a private network, and they had to prepare their business case in such a way as to make some money. They were probably more interested in sports than Télé–Métropole because of number of viewers they were trying to attract. We didn't take anything away from Télé–Métropole in the area of sports. This was a problem that occured between the private networks.

We have more money, but they don't do the same things with their money as what we do with ours. They don't produce any youth programs. They have a lot more foreign programming. They offer very little international news coverage. They don't offer arts and culture.

We are competing with them, because we all produce and broadcast programs but the other networks decided to produce the same kind of programming because it's so popular. I'm talking about *téléromans*, dramas and a few other kinds of programs.

I'm not ashamed to say that this leads to a healthy rivalry. We would never be as good as we are without Télé–Métropole, and I'm quite sure that they would not be as good as they are without us.

Mrs. Bakopanos: Touché.

I've another brief question on regulations. The other networks have also told the committee that the regulations are such that they give you an extra advantage, that if the regulations were a little more flexible, there would be more competition than there is now. What is your response to this comment?

Ms Fortin: I don't really understand the question. The only thing I can think of is the regulations on Canadian content, which relates more to the English network than to the French network.

The fact that the private networks are required to present some Canadian content costs them money, and means that they are not as competitive as they would otherwise be.

On French–language television, the audience wants Canadian content. So I don't really think that the Canadian content regulations are that much of a hardship, except perhaps for Quatre–Saisons at a certain point when it wanted more than 50% of its programming to be foreign films.

Mrs. Bakopanos: Thank you.

Mr. Pineau: If I may, I would like to add three points to those you mentioned.

The first concerns the question of competitivity. You may recall that about three years ago, the Minister of Communications at that time, Mr. Masse, organized a television summit following accusations of unfair competition on the part of the public broadcaster. This is just a minor point I would like to raise, because I know the affiliates are supposed to be appearing before you.

[*Texte*]

Comme vous le savez peut–être, les stations affiliées, tant du côté anglais que du côté français, sont souvent dans des situations *double–stick, triple–stick*, comme on dit dans le jargon. Elles sont affiliés à la fois à des réseaux privés, comme TVA ou Quatre–Saisons, et à Radio–Canada. À certains endroits, comme à Hull, la même station est affiliée à deux stations. Il y a un endroit — je ne me souviens plus lequel — où la station est affiliée aux trois.

Les affiliés sont venus dire publiquement, et je le dis ici parce qu'elles auront l'occasion de le répéter et de le confirmer, que s'ils n'étaient pas affiliés à Radio–Canada, ils ne pourraient pas être en affaires pour les réseaux privés. C'est un aspect que nos collègues du secteur privé ne soulignent pas beaucoup.

Deuxièmement, quant ils disent qu'on a plus d'argent qu'eux et qu'ils ne peuvent pas être compétitifs, ils oublient de dire qu'ils n'ont pas les mêmes charges que nous. Ils n'ont pas les mêmes obligations que nous. Quand ils vont chercher les Olympiques et qu'ils sont incapables de les livrer aux francophones hors Québec, à quelle porte viennent–ils frapper? Ils viennent chez nous et disent: Vous ne pourriez pas faire cela à notre place? Nous allons garder les marchés lucratifs et vous allez distribuer ce qui n'est pas payant. C'est un deuxième aspect.

Pour ce qui est de la réglementation, vous touchez à une question philosophique fondamentale. La loi est ainsi faite qu'elle dit que, s'il y a ultimement un choix à faire entre le service public et le secteur privé, le service public doit prédominer. Cela, c'est le Parlement, dans sa sagesse, qui l'a décrété. Si la philosophie politique publique canadienne change, eh bien, les règlements changeront.

Mme Fortin: Voici une dernière chose qu'Alain me rappelle. Au moment de ces débats–là, il y a eu une grosse discussion sur les politiques et les pratiques commerciales dans le domaine de la publicité. Par la suite, les télévisions francophones ont créé un bureau où toutes les télévisions siègent pour faire une espèce de surveillance collective des pratiques des télévisions dans le domaine de la publicité. Nous siégeons à ce bureau–là avec Télé–Métropole, Quatre–Saisons, etc.

Mme Tremblay: Un petit rappel à l'ordre pour M. Pineau et M^me^ Fortin. C'est madame qui contrôle les boutons. Alors, quand vous essayez. . .

Mme Fortin: Merci, madame.

The Chairman: You see, it doesn't work for me either.

Some hon. members: Oh, oh!

The Chairman: I can't get no respect.

I must say this idea of double or triple affiliation sounds like open marriage or something — bigamy on a television scale.

I think we'll pass now to Mr. de Jong.

• 1640

Mr. de Jong (Regina — Qu'Appelle): Thank you very much, Mr. Chairman.

[*Traduction*]

As you may know, both English–language and French–language affiliates often find themselves in "double–stick" or "triple–stick" situations, to use our jargon. They are affiliated both to private networks, such as TVA of Quatre–Saisons, and to CBC. In some places, such as Hull, the same station is affiliated to two stations. There is another location, I forget where, where the station is affiliated to three stations.

The affiliates have stated publicly, and I'm saying it now, because they will have an opportunity to confirm it, that if they were not affiliated to CBC, they could not be in business for the private networks. Our colleagues in the private sector tend not to mention this point too often.

Second, when they say that we have a great deal more money than they do and that they cannot compete, they forget to mention that they do not have the responsibilities and obligations we have. Who do they come to see when they get the Olympics and cannot deliver them to francophones outside Quebec? They come and ask us to present the Games for them. They keep the lucrative markets and ask us to step in and cover the non–lucrative markets. That's a second point.

The issue of regulations is a basic philosophical matter. The Act provides that if there's ultimately a choice to be made between public service and the private sector, public service must take precedence. Parliament, in its wisdom made this decision. If Canadian political philosophy were to change, then the regulations would change as well.

Ms Fortin: Alain has reminded me of one another thing. There was a major discussion about commercial policy and practice in advertising. Subsequently, the French–language television networks set up a board on which they were all represented to collectively oversee television advertising practices. We are part of this board, along with Télé–Métropole, Quatre–Saisons, and so on.

Mrs. Tremblay: I would just mention to Mr. Pineau and Ms Fortin that the console operator is the person who turns on their mikes. So when you try. . .

Ms Fortin: Thank you, Madam.

Le président: Vous voyez, le micro ne fonctionne pas pour moi non plus.

Des voix: Oh, oh!

Le président: Je n'ai pas le respect que je mérite.

Je dois dire que cette idée d'affiliation double ou triple ressemble au mariage ouvert ou à quelque chose du genre — de la bigamie à la télévision.

Je donne maintenant la parole à M. de Jong.

M. de Jong (Regina — Qu'Appelle): Merci beaucoup, monsieur le président.

[*Text*]

I have questions in two different areas. Some Canadian productions are independents and some are co–productions. In the past that there was a tremendous fight within the CBC to accept works by independent producers. Common sense finally prevailed, but I understand it took a horrendous bureaucratic fight within the corporation to open that up.

For a long time the notion of doing anything with the National Film Board was heresy. In this age of dwindling resources, the Government of Canada and the people of Canada make serious commitments to the National Film Board, to Telefilm and to the CBC. What are you doing to coordinate the production, facilities and talent that exist in these agencies and are supported by the taxpayer?

Mr. Byrd: Half of our schedule comes from independent co–production sources. We couldn't do our schedule these days without that kind of cooperative effort. That portion of our schedule involves not only dealings with particular private producers, it more than likely also involves us with agencies such as Telefilm.

By the way, we use every penny they can possibly make available to us and go looking for more. It also involves us with provincial government agencies. It often involves us with private sector partners. It involves us with independent production companies. It involves us with private sector suppliers of facilities. And it involves us with writers, performers and others who are not employees of the CBC but come from the private sector.

On any given program the range of people and agencies, both government and private, we are involved with can be quite extensive. When you look at our credit list going by, you can tell how many partners we're involved with because that is how we do programming these days. I don't think the CBC is different from any of the partners we deal with. To maintain the quality you need to air productions that compete with the level of American production that we have to compete with—that's what the audience sees—involves considerable resources, and we certainly don't have it all any more. We need that kind of cooperation. Apart from that, those outside sources bring fresh eyes, ears and heart to everything we do.

I don't think there's any issue these days with that level of cooperation. I can't speak for the past because I wasn't here, but I don't think there's any big issues within the CBC these days. We try to take advantage of that wherever we can.

Mr. de Jong: Do you see the possibility of future savings by working more closely with the National Film Board, for example?

Mr. Byrd: I hesitate because we do and have in the past... *The Boys of St. Vincent*, which is probably the most publicly acclaimed example of that, was a co–production involving a private company, the CBC and the National Film Board, and there are have been others like that.

It's hard to take a number and say we can do such and such an amount, because it depends on the projects that come to us. Frankly, we are wide open to pitches and proposals on any subject. We start with the project and whether it adds something

[*Translation*]

Je voudrais vous poser des questions sur deux sujets différents. Certaines émissions canadiennes sont des productions indépendantes, d'autres des co–productions. Dans le passé, il fallait lutter avec acharnement pour faire accepter les oeuvres de producteurs indépendants par la SRC. Le bon sens a enfin prévalu, mais on me dit que c'est à la suite d'une longue lutte avec la bureaucratie de la Société Radio–Canada.

Pendant longtemps, on a jugé que c'était une hérésie que de collaborer avec l'Office national du film. À notre époque, les ressources se raréfient et le gouvernement et la population du Canada consacrent des sommes importantes à l'Office national du film, à Telefilm, et à la SRC. Que faites–vous pour coordonner les productions, l'usage des installations et la mise à profit des talents qui existent dans ces organisations financées par les contribuables?

M. Byrd: La moitié de notre grille est alimentée par des co–productions avec le secteur indépendant. Nous ne pourrions la composer sans ce genre de collaboration. Nous faisons affaire avec certains producteurs du secteur privé, mais surtout avec des organismes tels que Telefilm.

Nous utilisons chaque cent dont nous disposons pour trouver d'autres occasions de co–production. Ainsi, nous traitons avec des organismes provinciaux, des partenaires du secteur privé, des sociétés de production indépendantes, des fournisseurs du secteur privé, des auteurs, des exécutants et d'autres employés non pas de la SRC mais du secteur privé.

Toute une gamme de gens et d'organisations publiques et privées participent à la réalisation de nos émissions. Vous n'avez qu'à lire le générique pour voir le nombre de partenaires avec lesquels nous collaborons pour réaliser notre programmation. En ce sens, la SRC ne diffère pas de ses partenaires. Pour pouvoir diffuser des émissions de qualité qui sauront faire face à la concurrence des productions américaines—c'est ce que voient les téléspectateurs—nous devons mettre à profit des ressources considérables qui se font de plus en plus rares. Ce genre de collaboration est donc nécessaire. En outre, ces gens de l'extérieur insufflent une fraîcheur nouvelle à tout ce que nous faisons.

Je ne crois pas que ce genre de collaboration puisse être remis en question. Je ne peux me prononcer sur ce qui se faisait dans le passé, car je n'y étais pas, mais cela ne constitue pas de problème à la SRC à l'heure actuelle. Nous tentons d'en profiter le plus possible.

M. de Jong: Croyez–vous que, à l'avenir, vous pourriez réaliser davantage d'économies en collaborant plus étroitement avec l'Office national du film, par exemple?

M. Byrd: J'hésite un peu à vous répondre parce que nous collaborons avec l'ONF comme nous l'avons fait dans le passé... *The Boys of St. Vincent* est probablement le meilleur exemple; c'est une co–production à laquelle ont participé une société privée, la SRC et l'Office national du film, et ce n'est pas le seul exemple que je pourrais vous donner.

Il est difficile de donner un chiffre et de dire que nous pourrions économiser une somme précise; cela dépend des projets qui nous sont présentés. Nous sommes prêts à écouter toutes les propositions, à examiner tous les projets qui nous

[*Texte*]

to our schedule. Is it something that we feel the Canadian public needs and our schedule needs? Is there a business deal that we can put together, wherever it comes from? And that by no means precludes the National Film Board. We participate where we can.

Mr. de Jong: I'll now switch my area of concern. I brought this up the other day.

I'm still concerned about the former president, Gérard Veilleux, joining Power Corp. While still president of the CBC, five days before he resigned, he was appointed by the CBC to Northbridge, now Trio. He continued to sit on the board as the CBC representative until February 3, 1994. He stated to the public and to the press that he wouldn't be involved in anything to do with Northstar or Trio until a year after he resigned, but the clock for him started ticking November 1, while he was still representing the CBC up to February 3.

• 1645

In terms of the ethics of it, he cannot really be involved until February. There's this fudging here, and it's important in government that former civil servants who have privileged information just don't use that information to immediately turn around and develop a whole new job for themselves.

I really wonder what happened there. What exactly did Power Corp. acquire when it got half of the CBC's Northstar project? Did it get distribution rights, signals or programs? Was Mr. Veilleux involved in the negotiations of this? When he was involved in the negotiations, did he know he was going to become an employee of Power Corp. somewhere down the line? I think these are serious questions.

The Chairman: I think it's reasonable for Mr. McEwen to answer the part of it that pertains to the corporation. I don't think it's reasonable to expect him to speculate about what Power Corp. may or may not be doing or what Mr. Veilleux may or may not be doing since he left the CBC.

I think we've been over this, but you might want to run by the CBC portion of the answer and let Mr. Veilleux, if he wishes to, speak for himself.

Mr. McEwen: Yes, I'd appreciate that. Thank you, Mr. Chairman.

From the point of view of the CBC—and I don't want to be repetitive—basically it's not what the CBC gave up. There has been a partnership formed by Power Corp. and the CBC together under the Northbridge company title to deliver program services, first in the United States and potentially in other markets.

Trio is an arts, drama and information service, and we also have Newsworld International. A derivative of Newsworld is an all–news Canadian service. They're now up on the Hubble satellite and delivering their services as of last week in the United States, I guess.

[*Traduction*]

sont présentés. Nous commençons par nous demander si une telle émission améliorerait notre programmation. Est–ce le genre d'émission dont a besoin le public ou qu'il faut à notre grille horaire? Pouvons–nous conclure une entente quelconque? Ce genre de co–production est tout à fait possible avec l'Office national du film. Nous participons à ses co–productions chaque fois que cela nous est possible.

M. de Jong: Je passe maintenant à un autre sujet que j'ai abordé l'autre jour.

Je reste préoccupé par le fait que l'ancien président, Gérard Veilleux, soit allé travailler pour Power Corporation. Cinq jours avant de remettre sa démission, alors qu'il était encore président de la SRC, M. Veilleux a été nommé, par la SRC, au conseil d'administration de Northbridge, qui s'appelle dorénavant Trio. Il est demeuré le représentant de la SRC au conseil d'administration de cette société jusqu'au 3 février 1994. Il a fait savoir au public et aux médias qu'il n'aurait rien à voir avec Northstar ou Trio pendant l'année qui suivrait son départ, qui, selon lui, s'est produit le 1er novembre. Or, il a représenté la SRC jusqu'au 3 février.

Moralement parlant, il devrait s'abstenir de toute activité liée à Northstar ou à Trio jusqu'au mois de février. On semble prendre les règles à la légère. Au gouvernement, il importe que des anciens fonctionnaires qui ont eu accès à des informations confidentielles ne se mettent pas à les utiliser dès leur départ de la fonction publique pour se créer un nouveau poste.

Je me demande ce qui s'est passé en l'occurrence. De quoi exactement Power Corp. s'est–elle portée acquéreur lorsqu'elle a obtenu la moitié du projet Northstar? Est–ce que Power Corp. a obtenu des droits de distribution, des signaux ou des émissions? M. Veilleux a–t–il participé aux négociations? S'il a participé aux négociations, savait–il qu'il travaillerait un jour pour Power Corp.? Ce sont là des questions graves.

Le président: Il me semble raisonnable de demander à M. McEwen de répondre à la partie de la question qui touche la SRC. Cependant, je ne crois pas qu'il puisse lui demander d'émettre des hypothèses sur ce que Power Corp. fait ou ne fait pas ou sur ce que M. Veilleux fait ou ne fait pas depuis qu'il a quitté la SRC.

Nous en avons déjà parlé, mais vous voulez probablement répondre à la partie de la question touchant la SRC et laisser M. Veilleux répondre à la question qui le concerne plus particulièrement, s'il le désire.

M. McEwen: Oui, cela me conviendrait. Merci, monsieur le président.

Sans vouloir me répéter, je dirais qu'il ne s'agit pas, pour la SRC, d'avoir abandonné quoi que ce soit. La SRC a formé un partenariat avec Power Corp. sous la raison sociale de Northbridge qui a pour fonction de diffuser des émissions d'abord aux États–Unis et peut–être ailleurs un jour.

Trio est un service d'émissions d'information, dramatiques et artistiques; nous avons aussi *Newsworld International*, duquel découle *Newsworld*, un service canadien continu de nouvelles. Ces émissions sont diffusées aux États–Unis depuis la semaine dernière par le biais du satellite Hubble.

[*Text*]

We each bring both capital and working knowledge to this partnership in a fifty–fifty way. It is a fifty–fifty partnership in terms of the board and the control. We hope eventually to be putting money back into creators' hands at the CBC, in the private sector and in the independent sector—private broadcasters and independent producers—to create more of a market for Canadian product. It's as simple as that.

From the CBC's point of view, we see it as the kind of relationship that enhances our mandate. There is further use of the Canadian product, more money is put back into Canadian creators' hands, and ultimately there is more money for the public broadcaster. We hope to invest in more product. It's simple and straightforward from that point of view.

I'm not familiar directly with whether Mr. Veilleux was on the board until February. I accept that. I assume that while he was sitting on the board he was at the management studies institute over here and working on a document—which I think he had released and you may have seen—on appointments to boards. He was not working with Power Corp.

Beyond that I have really no comment at all, sir.

The Chairman: I think, in the interest of fair play, it's tough to ask that kind of detail of an individual once he's left the corporation. It may well be worth pursuing, but I'm not sure this is the place or time to do it. We'll have to figure out a way of getting that information for you.

Mr. de Jong: It does contravene the government's ethics standards, and I assume that also applies to the CBC.

• 1650

The Chairman: I think we'll try to get a little research done, clearing up the facts of what, when, etc.

Mr. de Jong: This year we've seen a whole slew of former Tory cabinet ministers and the former minister himself, Don Mazankowski, as well as Mila Mulroney, appointed to very lucrative positions in various companies in the cable industries.

The Chairman: It's sort of reverse patronage, I guess. Appointing Tories to things doesn't seem like a very smart move, but that's just a comment.

Mr. de Jong: Maybe they're all rewards for other things.

The Chairman: I've been very rude in not recognizing the visitors of the committee today: Messrs. Crawford, Wood and Richardson, and Mrs. Barnes.

Mrs. Barnes (London West): I am a substitute member here. I spend most of my time on the justice committee, and most of my time lately has been spent on young offenders. My questions may not deal with what you normally talking about here, but I'm getting a little concerned because of the information I'm getting from the experts on young offenders, about where they pick up their violence.

I don't see it in the charts, but what do you program on Saturday morning?

[*Translation*]

Chaque partenaire apporte une contribution égale en capital et en connaissances. C'est un partenariat à part égale en ce qui a trait au conseil d'administration et au contrôle de la société. Nous espérons pouvoir un jour mettre plus d'argent à la disposition des créateurs de la SRC, du secteur privé et du secteur indépendant—les diffuseurs privés et les diffuseurs indépendants—afin d'accroître le marché des produits canadiens. C'est aussi simple que cela.

Pour la SRC, c'est une relation qui rehaussera notre mandat. Elle permet un meilleur usage des produits canadiens, les créateurs canadiens et, au bout du compte, le diffuseur public, disposent de plus d'argent. Nous espérons investir dans un nombre accru de produits. Cela n'a rien de bien compliqué.

Personnellement, j'ignore si M. Veilleux a siégé au conseil d'administration jusqu'en février. Puisque vous le dites, je vous crois. Je présume que, pendant qu'il siégeait au conseil d'administration, il faisait des études en gestion à l'Institut ici, et travaillait à un document—qui a été rendu public depuis et que vous avez probablement vu—sur les nominations aux conseils d'administration. Il ne travaillait pas alors pour Power Corp.

Pour le reste, je n'ai rien à ajouter, monsieur.

Le président: En toute justice, il est difficile de poser ce genre de question au sujet de quelqu'un qui ne travaille plus pour la SRC. Il faudrait peut–être tenter d'en savoir plus long, mais je ne suis pas sûr que ce soient l'endroit et le moment indiqués pour le faire. Nous tenterons de trouver une façon d'obtenir ces renseignements pour vous.

M. de Jong: Ça va à l'encontre des normes de déontologie du gouvernement qui, je présume, s'appliquent aussi à la SRC.

Le président: Nous tenterons de faire un peu de recherche, d'élucider les faits, etc.

M. de Jong: Cette année, plusieurs anciens ministres du Cabinet conservateur, dont l'ancien ministre des Finances Don Mazankowski, ainsi que Mila Mulroney ont obtenu des postes très bien rémunérés dans diverses sociétés de l'industrie de la câblodistribution.

Le président: C'est ce qu'on pourrait appeler du favoritisme à rebours. Moi, il me semble que ce n'est pas une bonne idée de nommer des Conservateurs à des postes.

M. de Jong: Peut–être a–t–on voulu les récompenser.

Le président: J'ai été très impoli car je n'ai pas encore donné la parole à nos visiteurs: MM. Crawford, Wood et Richardson, et M^me^ Barnes.

Mme Barnes (London–Ouest): Je suis ici comme remplaçante. La plupart du temps, je siège au Comité de la justice et, ces jours–ci, nous consacrons beaucoup de temps aux jeunes contrevenants. Ma question ne porte peut–être pas sur vos sujets habituels de discussion, mais je suis de plus en plus préoccupée par ce que nous disent les experts sur les jeunes contrevenants au sujet de la violence.

Quelle est votre programmation du samedi matin? Je ne la vois pas dans vos tableaux.

[*Texte*]

The Chairman: I assume this is on English television.

Mrs. Barnes: No, I'd like it for both English and French television. They're both Canadian.

Mme Fortin: Le samedi matin est exclusivement destiné aux enfants, comme il est indiqué dans le tableau de la grille. Cela s'appelle *Vazimolo*. C'est une émission destinée aux enfants qui comprend des dessins animés et une partie d'émissions faites à la maison. Toutes ces émissions–là sont choisies pour leur caractère non violent et non sexiste. À Radio–Canada, comme M^me^ Tremblay peut en témoigner, on a toujours eu une programmation pour enfants non violente.

Ayant un fils de sept ans, je peux dire que la tentation est parfois grande pour lui d'aller aux postes américains ou à certaines stations canadiennes qui présentent des émissions plus violentes. J'essaie de surveiller cela de mon mieux, mais au moins il y a une alternative: à Radio–Canada, il n'y en a pas.

The Chairman: Okay, Saturday morning, for those of us who get up at that hour—

Mrs. Barnes: Children do.

The Chairman: I do now, but I'm too busy for television.

Mr. Byrd: Our schedule is much the same. It's all dedicated toward children. You won't find violent cartoons or anything of that nature. There's *Street Cents*, and *Fred Penner's Place*. is in there. *Street Cents* is later in the morning as the older children tend to take over the set, but in the early morning hours it's *The Racoons*, *Sesame Street*, *Fred Penner's Place*, and *Street Cents*. This year we're introducing *Barney* very early in the morning. So it's all dedicated to children.

The Chairman: I wonder why children don't watch television on Sunday mornings. They have to be content with *Canadian Gardener*, but that's another question.

Mrs. Barnes: I see that 88% of your animation is Canadian content.

Ms Fortin: That's English television.

Mrs. Barnes: That's English television?

Mr. Byrd: Where we do animation. We're always looking for new animation projects.

Mrs. Barnes: Hopefully not more of *The Simpsons*.

Mr. Byrd: No, we've had great success with Canadian animation. We're looking forward to the establishment of the Canadian animation centre.

Mme Fortin: On a probablement davantage de dessins animés qu'au réseau anglais. Notre proportion est davantage moitié–moitié. Nous avons des dessins animés qui viennent des États–Unis, de France, de Grande–Bretagne et d'Australie. Nous n'en avons pas du Japon parce qu'en général, ils sont trop violents. Nous n'avons pas non plus les dessins animés que les distributeurs américains nous offrent gratuitement, mais qui sont violents et qui servent à vendre des jouets, comme *Batman* qu'on retrouve à TVA.

[*Traduction*]

Le président: Pour le réseau anglais, je présume?

Mme Barnes: Non, pour les réseaux anglais et français. Ce sont tous les deux des réseaux canadiens.

Ms Fortin: Our Saturday morning programming is strictly for children, as shown on the schedule. Our program is called *Vazimolo*. It is a program for children made up of cartoons and in house programs. All these programs were chosen for their non sexist and non violent nature. At Radio–Canada, as Ms Tremblay could tell you, we have always had non violent programs for children.

I myself have a seven year old son and I know that it is very tempting for him to switch to American channels or other Canadian channels showing more violent programs. I have tried to prevent that as best as I can and I know there is at least one alternative: at *Radio–Canada*, there are no violent programs.

Le président: Le samedi matin, ceux d'entre nous qui se lèvent tôt. . .

Mme Barnes: Les enfants se lèvent tôt.

Le président: Oui, moi aussi maintenant, mais je n'ai pas le temps de regarder la télé.

M. Byrd: Notre grille horaire est sensiblement la même. Toutes nos émissions s'adressent aux enfants. Il n'y a ni bande dessinée ni quoique ce soit de nature violente. Il y a *Street Cents* et *Fred Penner's Place*. *Street Cents* est diffusé un peu plus tard, à l'heure où les enfants un peu plus âgés se mettent à regarder la télé, mais, plus tôt, il y a *The Racoons*, *Sesame Street*, *Fred Penner's Place*, et *Street Cents*. Cette année, nous diffusons aussi *Barney*, très tôt le matin. Toute notre programmation s'adresse aux enfants.

Le président: Je me demande pourquoi les enfants ne regardent pas la télé le dimanche matin. Il est vrai qu'il n'y a que *Canadian Gardener*, mais ça, c'est une autre paire de manches.

Mme Barnes: Je constate que vos dessins animés sont canadiens à 88 p. 100.

Mme Fortin: Ça, c'est au réseau anglais.

Mme Barnes: Au réseau anglais?

M. Byrd: Nous produisons des dessins animés. Nous sommes toujours à la recherche de nouveaux projets d'animation.

Mme Barnes: J'espère qu'il ne s'agit pas de choses du genre *The Simpsons*.

M. Byrd: Non, nous avons connu beaucoup de succès avec nos dessins animés canadiens. Nous espérons mettre sur pied un centre d'animation canadien.

Ms Fortin: There are probably more cartoons than on the English network. Cartoons represent probably 50% of our programming. We have cartoons from the United States, France, Great Britain and Australia. We don't broadcast anything from Japan because their cartoons are generally too violent. American distributors also offer us cartoons for free, but we don't broadcast these either because they are too violent and only serve to sell toys. I am thinking of things like Batman which is found on TVA.

[*Text*]

Mr. Byrd: The new children's programming we have added across the early morning hours of our schedule starting in October will be a great addition to what is available for children's viewing because it will be short, succinct material, two to five minutes in length, interwoven with things like *Mr. Dressup*, *Fred Penner's Place* and fifteen–minute shows like that. There will be a lot of short programs tailored to the attention span of young children in that time period.

Mrs. Barnes: One comment that has been raised before our committee many times is how conflict is resolved on TV. Heroes get rid of their opposition. They kill them off. They don't sit, talk, debate and negotiate. I hope maybe other situation comedies that we see have better results.

• 1655

The Chairman: Perhaps they could show Parliament for children. . .

Mrs. Barnes: That's the way to get some sleep.

The Chairman: I think we have time for two more questioners, Madam Tremblay and perhaps myself.

Mrs. Tremblay: Well, I have four questions.

The Chairman: And you have five minutes.

Mme Tremblay: Je vais poser mes quatre questions, et vous prendrez le temps que vous voudrez pour me répondre. Ce sont des questions très simples.

Je sais que vous n'avez pas aujourd'hui l'information que je vais vous demander—je ne sais pas si cela fait partie des secrets d'État—, mais êtes–vous capables de nous dire combien il en coûte pour produire une émission quelconque à la Société Radio–Canada et combien il en coûte pour produire une émission semblable dans le secteur privé? C'est un sujet qui m'intéresse beaucoup.

Ensuite, on dit que la hausse du budget de CBC a été de 6,7 p. 100 alors que la hausse du budget du côté français a été de 3,8 p. 100. C'est à la page 106 du rapport annuel. Par ailleurs, on nous disait qu'une heure de production coûte en moyenne 37 400$ à CBC et 18 400$ au réseau français. Pourquoi? J'espère que dans le rapport annuel de l'année prochaine, ce sera exprimé de la même façon chez les francophones et les anglophones, de façon à ce qu'on puisse vraiment comparer. Dans son discours, M. Byrd disaient que 2,4 millions de personnes écoutent telle émission, exactement comme on fait du côté francophone. Dans le rapport, on dit que chez les francophones, 2 millions de personnes ou 3 millions de personnes écoutent telle émission, alors que pour les anglophones, on donne des pourcentages.

Je me demande pourquoi, dans la francophonie, 50 p. 100 des gens regardent Radio–Canada, par exemple quand 3 millions de personnes regardent *Blanche* et qu'on a juste 35 p. 100 du budget, alors que 13 p. 100 de la population écoute CBC et qu'ils ont 65 p. 100 du budget. C'est la disproportion du financement entre les deux réseaux.

Mme Fortin: Pour ce qui est de la première question, on a vraiment commencé à examiner la question des coûts de production à l'interne et à l'externe. Il faut prendre en considération trois éléments. Dans l'ensemble, quelquefois cela coûte un peu plus cher, et quelquefois cela coûte un peu moins cher. Le coût global n'est pas tellement différent.

[*Translation*]

M. Byrd: En octobre, nous ajouterons de nouvelles émissions pour enfants tôt le matin, des ajouts précieux puisqu'il s'agit de segments très courts, de deux à cinq minutes, intégré à des émissions telles que *Mr. Dressup*, *Fred Penner's Place* et d'autres. Il y aura beaucoup d'émissions courtes adaptées au champ d'attention des jeunes enfants à cette période de la journée.

Mme Barnes: Au cours des délibérations de notre comité, on a souvent parlé de la façon dont les conflits sont réglés à la télévision. Les héros se débarrassent de leurs ennemis en les tuant tout simplement. Ils ne s'assoient pas pour discuter, débattre et négocier. J'espère que d'autres comédies de situation connaîtront de meilleurs résultats.

Le président: On pourrait peut–être présenter la Chambre des communes pour les enfants. . .

Mme Barnes: C'est une bonne façon de s'endormir.

Le président: Je pense qu'il nous reste du temps pour deux autres intervenants, M^me^ Tremblay et peut–être moi–même.

Mme Tremblay: J'ai quatre questions.

Le président: Et vous avez cinq minutes.

Mrs. Tremblay: I will ask my four questions, and then you can take whatever time you need to answer them. They are very simple.

I know you won't have the information I want with you today—and I don't know whether I'm asking for State secrets. However, can you tell us how much it costs to produce any CBC program compared to the cost of producing a similar program in the private sector? I'm very interested in this subject.

Next, it is stated that CBC's budget increase by 6.7%, whereas SRC's budget increase by 3.8%. This is on page 106 of the French version of the Annual report. It is also stated that one hour of production costs $37,400 on average on CBC, and $18,400 on the French network. Why is that? I hope that in next year's annual report, the figures will be presented in the same way for the English and French networks, so that we can make some proper comparisons. In his speech, Mr. Byrd said that 2.4 million people watch a particular program. In the report, the figures are given in the same way, it states that there two or three million viewers for a particular program. However, the report uses percentages for English programming.

I wonder why, when 50 p. 100 of francophones watch Radio–Canada—for example 3 million people watched *Blanche*—we get just 35% of the budget however, only 13% of people in English Canada watch CBC, yet they get 65% of the budget. The funding of the two networks is disproportionate.

Ms Fortin: In answer to your first question, we have really started to look at the issue of production cost in–house and in the private sector. Three factors must be considered. Generally, it sometimes costs a little more, and sometimes a little less. The overall cost does not vary that much.

[*Texte*]

Quand on va à l'extérieur et que cela nous coûte moins cher, c'est parce qu'il y a d'autres partenaires qui en paient une partie. Chaque fois que Téléfilm, un partenaire extérieur, paie une partie des coûts, cela nous coûte moins cher. Cependant, le prix de l'émission n'est pas nécessairement inférieur à ce qu'il aurait été si on l'avait faite.

D'autre part, on a des employés permanents qu'on veut utiliser à leur maximum. Tant qu'on a une disponibilité d'utilisation de la maison, cela nous coûte relativement moins cher de le faire à l'intérieur, parce qu'il faut payer ces gens–là quand même.

Donc, c'est un choix économique entre la contribution des autres, l'utilisation de notre personnel et le type de programmation qu'on veut faire. Si on fait abstraction de toutes ces contraintes, pour des émissions de type à peu près égal, cela nous coûte à peu près la même chose. S'il y a des coûts supplémentaires chez nous, c'est peut–être à cause de nos conventions collectives. On ne va pas chercher une cote de profits ou un salaire de producteur.

Donc, dans l'ensemble, cela se ressemble.

Je pense que les questions des budgets et des cotes d'écoute ne sont pas reliée. Nous ne sommes pas un service sur le câble, où le téléspectateur paie son écu pour l'émission. Nous sommes une société qui a le mandat de produire des émissions pour les francophones et les anglophones. On a un style de télévision qui s'est adapté au niveau de nos budgets et aux aspirations de la population, et qui nous est très particulier.

• 1700

Je pense que, du côté anglophone, ils ont un problème de marché. Ils sont en compétition très directe et beaucoup plus forte avec la télévision américaine, la télévision à laquelle les Canadiens anglais sont habitués et qu'ils recherchent.

Je pense que cela peut justifier un peu l'intérêt pour les émissions, le type d'auditoire, les différences de coûts et les différences de budget. Si on était une télévision en *pay per view*, ce serait probablement différent.

Ce n'est pas seulement dans le coût des émissions que cette disproportion existe. Dans le marché de la publicité, acheter un téléspectateur francophone qui mange du pain coûte moins cher qu'acheter un téléspectateur anglophone qui mange du pain. Pourquoi? Je ne le sais pas. Le pain coûte le même prix pour tout le monde. Les marchés fonctionnent comme cela.

Mme Tremblay: Pouvez–vous nous fournir la liste des personnes qui sont au comité d'allocation et de répartition des ressources à la Société Radio–Canada? Est–ce public?

Mr. McEwen: Essentially the group is made up of a group called the planning and allocation committee, which is chaired presently by Steve Cotsman. Alain Pineau sits on it, I sit on it, the president is an ex officio member, and the new senior vice–president of administration will be joining us next Monday. Louise Tremblay will eventually take over the chairmanship of the committee.

The Chairman: Perhaps I could just end up with three questions on English television.

Question one—and these are all for Mr. Byrd—is on the idea of the *téléroman*, which seems so popular not only in Quebec but in countries around the world, and which I suppose has its closest reflection in soap operas in the afternoon, where

[*Traduction*]

If we go to the private sector and pay less, the reason is that other partners are paying part of the cost. Every time Téléfilm, an outside partner, pays part of the cost, we pay correspondingly less. However, the cost of the program is not necessarily less than it would have been if we had produced it ourselves.

In addition, we have permanent employees and we want to use their talents to the maximum. As long as we have this talent pool available in house, the cost is relatively lower, because we pay these people in any case.

So it is an economic choice involving the contribution of outside producers, the use of our own staff and the type or programming we want to make. If we disregard all these considerations, the cost is roughly the same for similar types of programs. If the cost is somewhat higher in–house, that may be because of our collective agreements. We are not after a cut in the profits or a producer's salary.

So overall, the costs are quite similar.

I don't think the issues of budgets and ratings are related. We are not a cable service, for which television viewers pay. We are a corporation with a mandate to produce programs for francophones and anglophones. Our style of television programming is unique to us, and is adapted to our budgets and to the public's wishes.

The English network has a market problem. It has to contend with the very strong and direct competition of American television which is what English Canadians are used to and what they look for.

I think that could justify the interest for programs and the type of audience, as well as the differences in costs and budget. If we were a pay per view network, it would probably be different.

This disproportion exists not only in program costs. In the advertising market, for example, it is cheaper to buy a French speaking viewer who eats bread than it is to buy an English speaking viewer who eats bread. Why? I don't know. Price of bread is the same for everyone. However, that's how markets work.

Ms Tremblay: Could you give us a list of the members of the CBC resource allocation committee? Is this public information?

M. McEwen: Essentiellement, ce groupe se compose de ce qu'on appelle le comité de la planification et des affectations, qui est présidé à l'heure actuelle par Steve Cotsman. Alain Pineau et moi–même en sommes membres, le président en est membre d'office et le nouveau premier vice–président à l'administration qui se joindra à nous lundi prochain en est aussi membre. Louise Tremblay en assumera sous peu la présidence.

Le président: J'aimerais terminer avec trois questions sur la télévision anglaise.

Ma première question—et mes trois questions s'adressent à M. Byrd—porte sur le téléroman qui est si populaire non seulement au Québec mais ailleurs au monde, et qui s'apparente, en quelque sorte aux feuilletons diffusés l'après–

[*Text*]

you have a continuous story rather than discrete episodes. Is there anything is the English world that suggests there might be a possible taste to be developed in English Canada, given the fact that it seems to work well in the afternoons for English–speaking people? I gather the production. . .well, we all know what the production values are, with respect. They're not $800,000 an hour.

Ms Fortin: No.

Mr. Byrd: No, they're not. Let me try to answer it this way, Mr. Chairman. It's a fair question to ask.

Our experience on the English television network is that the expectations, in prime time in particular, are that we have to provide a quality of programming that matches the quality of the U.S. programming in terms of production values if we're going to generate an audience. We have all kinds of examples of that in our schedule, where we can apply the same range of production values, such as we did on *Street Legal*, such as we will on *Side Effects* this year, such as we did on *Degrassi*. Those dramas can garner audiences that are equivalent, more or less, with what a high–priced American program of the same type would generate.

We have tried and failed dismally at putting low–cost drama in our prime–time schedule and attempting to have that compete head to head with American programming. That's not to say we have explored the formula fully yet. It's something we have in development. We're looking at a number of projects, and it's a matter of coming up with the right project that we think has a chance to fly on the network.

In the afternoon period, where you would think there's a logical market for that kind of low–value programming, our experience is that the cost of it, still today, would far exceed the cost of anything we have on the afternoon schedule. So in the afternoons it's a financial problem; in the evenings it's more of a market problem, just given the competition we face. But we do have a number in development that we're looking at, and we certainly haven't given up on that, by any means.

The Chairman: I guess the hypothesis is that what pulls people long from one day to the next is a story that unfolds, the way it does in the afternoons—

Mr. McEwen: That's for certain.

The Chairman: —and the unfolding part may compensate for the quality part.

• 1705

Mr. Byrd: It's an area we are interested in exploring, and we have tried it in the past. If you can remember, we have tried soap operas on English television. They have not succeeded, but it might be that we never had the right formula. So we're still looking at it.

The Chairman: The second question is a contradiction. . . It's about something Mr. McEwen said, when he first came before us, about English television. On the one hand, he used the words "distinct" and "unique", and on the other hand

[*Translation*]

midi, qui racontent une l'histoire suivie et non pas une histoire par épisodes. Est–ce qu'il y a des indications, dans le monde anglophone, qui vous permettra de croire que le Canada anglais prend goût au téléroman, compte tenu du fait que les feuilletons de l'après–midi sont si populaires auprès des anglophones? Je crois savoir que produire de telles émissions. . .nous savons tous, sauf le respect que je vous dois, que ce ne sont pas des émissions qui coûtent 800 000$ l'heure.

Mme Fortin: Non.

M. Byrd: En effet. Permettez–moi de répondre ainsi à votre question, monsieur le président. C'est une question très pertinente.

D'après notre expérience au réseau anglais, aux heures de grande écoute particulièrement, on s'attend à des émissions dont la qualité équivaut à celle des émissions américaines. Il faut consacrer une certaine somme d'argent à ces émissions si on veut qu'elles attirent un bon auditoire. Nous avons toutes sortes d'exemples de ce genre d'émissions dans notre grille horaire: *Street Legal, Side Effects*, que nous diffusons cette année, et *Degrassi*. Ces émissions jouissent plus ou moins de la même popularité que les émissions américaines dont les coûts de production sont élevés.

Nous avons tenté de diffuser des dramatiques peu coûteuses aux heures de grande écoute, pour faire face à la concurrence, mais cela a été un échec retentissant. Toutefois, cette formule n'a pas encore été explorée à fond. Nous n'avons pas abandonné ce domaine. Nous examinons différents projets, et il ne nous reste plus qu'à trouver le projet qui, d'après nous, pourrait connaître un certain succès.

En toute logique, on pourrait croire qu'il y a, l'après–midi, un marché pour les émissions peu coûteuses; or, notre expérience prouve que, même aujourd'hui, ces émissions coûtent plus que les émissions figurant déjà à l'horaire. Par conséquent, la programmation de l'après–midi représente un problème financier, tandis que la programmation de soirée comporte plutôt un problème de marché compte tenu de la concurrence à laquelle nous devons faire face. Nous examinons cependant plusieurs possibilités et nous sommes loin d'avoir abandonné cette idée.

Le président: Je présume que la théorie veut que lorsqu'on raconte une histoire sur une longue période, comme on le fait dans les émissions d'après–midi. . .

M. McEwen: C'est certain.

Le président: . . .cet aspect pourrait compenser la qualité inférieure de l'émission.

M. Byrd: C'est une question qui nous intéresse, car nous avons diffusé ce genre d'émissions par le passé. Vous vous souviendrez peut–être que nous avons diffusé à la télévision anglaise des feuilletons à l'eau de rose. Ils n'ont pas été populaires, mais il se peut fort bien que nous n'ayons jamais vraiment eu la formule idéale. Nous étudions toujours ce genre d'émissions.

Le président: La deuxième question porte sur une contradiction. . . Je pense à quelque chose que M. McEwen a dit la première fois qu'il a comparu devant notre comité; il parlait de la télévision en langue anglaise. Il a utilisé les termes

[*Texte*]

he used the word "mainstream". Then I tried to figure out how all this is reflected in the Broadcasting Act, in the mandate. We're not investigating your mandate, remember; we're just trying to help you with your role in the multi–channel universe.

Mr. Pineau: It's a good thing you told us.

The Chairman: Well, we're trying to help you here.

Now, it says in the Broadcasting Act that the broadcasting system—and hence this means both radio and television, I assume—is to:

> be varied and comprehensive, providing a balance of information, enlightenment and entertainment for men, women and children of all ages, interests and tastes.

That's pretty mainstream, I guess. The thing that strikes me about it, though, is that no one seems to dispute that CBC Radio and Stereo in both English and French meet that, and yet you'd never describe it as mainstream, really. You would never describe it as mainstream the way you would commercial radio, so already you've established that this is an okay thing in radio. Suddenly, when you come to television, mainstream seems to have a different kind of connotation. Do you see the kind of contradiction I'm trying to deal with here? Can you help me?

Mr. McEwen: Maybe I can start off and Jim can join, since I was the one who led to your original contradiction.

When we talk about it, we have to remember the medium we're in and what is required. To be highly distinctive in the Canadian television medium is producing very popular distinctively Canadian drama. That's not a contradiction, in my view; it is providing current and public affairs in the kind of depth that nobody is doing. That's where you get everything from *Prime Time Magazine* through to *W5* through to *Market Place* through to *Venture*, whatever, in that kind of way. That becomes quality and distinctiveness.

But those programs are also part of the mainstream, because they're serving a wide variety of interests. Some of it's popular culture, such as a popular drama—*Side Effects* or *North of 60*—and some of it is more interest oriented, such as *Sunday Afternoon at the Arts* or *Adrienne Clarkson Presents*.

What we require English television to be, given its market, is all of those things. It has to serve the mainstream. It has to serve distinctive interests within Canadian society, because that's what is required. If we don't do it, if we're not producing, as Jim has noted, Canadian popular drama, nobody else is producing that.

We have one other hurdle, and it's a problem this committee might turn on itself. It is not that we would ever necessarily want to be totally out of commercials. That is probably unrealistic, and given the market, it's a great evaluator

[*Traduction*]

«distinct» et «unique», mais il a également utilisé les termes «dans la ligne du courant dominant». J'ai essayé de comprendre comment tout cela était exprimé dans la Loi sur la radiodiffusion, dans le mandat. Nous n'étudions pas votre mandat, ne l'oubliez pas; nous essayons simplement de définir votre rôle dans un milieu où il existe un nombre toujours croissant de chaînes.

M. Pineau: C'est une bonne chose que vous nous l'ayez dit.

Le président: Nous essayons de vous aider.

On dit dans la Loi sur la radiodiffusion que le système de radiodiffusion—et cela décrit à la fois la radio et la télévision, je suppose—doit offrir une programmation qui devrait être à la fois:

> être variée et aussi large que possible en offrant à l'intention des hommes, femmes et enfants de tous âges, intérêts et goûts une programmation équilibrée qui renseigne, éclaire et divertit.

Je suppose que c'est plutôt dans la ligne du courant dominant. L'autre chose qui me frappe, c'est que personne ne semble dire que la société Radio–Canada, radio et stéréo, en anglais et en français, ne respecte pas ce mandat; pourtant vous ne diriez jamais que le type d'émissions offertes sont «dans la ligne du courant dominant». C'est bien différent de la radio commerciale, et vous avez prouvé qu'à la radio vous pouvez être différents. Mais quand on parle d'être dans la ligne du courant dominant pour la télévision, cela semble être plus différent. Saisissez–vous la contradiction que j'ai cru identifier? Pouvez–vous m'aider?

M. McEwen: Je pourrais dire quelques mots, puis je demanderai à Jim de dire ce qu'il en pense, puisque c'est moi qui ai fait ces commentaires contradictoires.

Il faut se rappeler que nous parlons de télévision. Il faut se rappeler ce que nous faisons également. Pour avoir un caractère distinct dans la télévision canadienne il faut réaliser des émissions dramatiques très populaires à caractère canadien. Ce n'est pas une contradiction à mon avis; c'est offrir des émissions d'information comme personne d'autre n'en offre. C'est pourquoi nous offrons toute une gamme d'émissions comme *Prime Time Magazine*, *W5*, *Market Place*, *Venture*. Il s'agit d'émissions de qualité à caractère distinct.

Mais ces émissions sont également dans la ligne du courant dominant parce qu'elles correspondent à toute une gamme d'intérêts. Dans certains cas il s'agit de culture populaire, comme les émissions dramatiques populaires—*Side Effects*, ou *North of 60*—et dans d'autres cas on cible des intérêts bien particuliers, comme avec les émissions *Sunday Afternoon at the Arts* ou *Adrienne Clarkson Presents*.

La télévision en anglais doit être, compte tenu de son public, toutes ces choses. Elle doit en fait être dans la ligne du courant dominant. Elle doit répondre aux intérêts distincts qu'on retrouve dans la société canadienne, parce que c'est ce qu'elle doit faire. Si nous ne le faisons pas, si nous ne réalisons pas, comme Jim l'a dit, des émissions dramatiques canadiennes populaires, que ferons–nous? Personne d'autre ne le fait!

Nous avons un autre petit problème sur lequel vous voudrez peut–être vous pencher. Ce n'est pas que nous voulons nécessairement cesser toute forme de publicité. C'est probablement plus réaliste de le proposer, et compte tenu du

[*Text*]

as well. The volume of commercial content for the corporation. . . I guess 18% to 27% of operating revenue now comes from commercials. In order to remain viable in our programming, we've had to up the amount of commercial content. That gives an image to people that we're not different.

So we face those challenges.

The Chairman: Without wishing to comment, Mr. Byrd, I think this will lead to the third question, which is the notion that the reason mainstream means something different in television is because of commercials. Right? That's a notion.

Mr. McEwen: No.

Mr. Fortin: No, no. I said there were a lot of factors I put into this, a lot of factors. It's a little unfair to pick on one factor and say that's the reason. It's not the reason. It's a factor.

The Chairman: That's what I wanted to come to, and it's something I want to put out on the table perhaps without getting a response from you today.

One of the three things we're being asked to look at is the role of commercials, explicitly for television because that's the only place you really have them. There is a kind of notion that advertising as a category distorts your mandate, and it should be good, bad or indifferent.

• 1710

The point is—and this is a question you've alluded to—if you actually break down what the advertising attaches itself to or supports, it's quite different. It supports the back end of the evening news shows in both French and English, the magazine sections of *Prime Time News* and *Le Point* so on. It supports *Man Alive*, I guess—you have a few ads in there—and maybe *The Nature of Things*.

Mr. McEwen: Not many.

The Chairman: What I'm saying is that advertising itself does not automatically blow you off course from the things you have to do, right?

Mr. Byrd: No. If I can just interrupt, Mr. Chairman, I don't know where we would be on either network if we didn't have the advertising revenues we have today. The loss of programming would be incredible. So there is that to consider as well.

I agree that it is a dilemma for us every time I, Michèle, or our programmers sit down to work out the schedule. The dilemma of the impact, not of commercials per se because we don't have many complaints from our viewing public about commercials. . . But the dilemma is in positioning the programs in the schedule and in drawing the few American ones we have left on the English side into this schedule and placing them at appropriate points to trigger the maximum revenues.

[*Translation*]

marché, c'est quand même un outil qui nous permet d'évaluer notre popularité. Le contenu commercial de la société. . . Je crois qu'entre 18 et 27 p. 100 des revenus de la société proviennent des pages publicitaires. Pour assurer la viabilité de notre programmation nous avons dû accroître le contenu publicitaire. C'est pourquoi les gens pensent que nous ne sommes pas vraiment différents.

Nous devons relever ces défis.

Le président: Je crois que tout cela m'amène à poser ma troisième question, monsieur Byrd. On a l'impression que c'est en raison de la publicité que le courant dominant représente quelque chose de différent dans le secteur de la télévision. C'est bien là une idée qu'on se fait?

M. McEwen: Non.

M. Fortin: Non, pas du tout. J'ai dit qu'il y avait beaucoup de facteurs qui entraient en ligne de compte. Il est un peu injuste de cibler un seul facteur et de dire que c'est là la raison. Ce n'est pas la raison. C'est simplement un des facteurs qui entrent en ligne de compte.

Le président: C'est justement ce à quoi je voulais en venir. Je veux simplement vous dire quelque chose sans nécessairement que vous me répondiez aujourd'hui.

On nous a demandé de nous pencher sur trois questions, dont le rôle de la publicité, tout particulièrement pour la télévision, parce que c'est vraiment le seul endroit où il y en a. On a l'impression que la publicité n'est pas conforme à votre mandat; elle devrait être bonne, mauvaise ou indifférente.

En fait—et vous y avez fait allusion un peu plus tôt—si vous identifiez ce à quoi la publicité se rattache la situation est bien différente. La publicité vient soutenir la fin des émissions d'information en soirée, en français et en anglais, ainsi que les parties reportages de *Prime Time News* et du *Point*, par opposition aux bulletins de nouvelles. La publicité vient appuyer *Man Alive*, je suppose—il y a quelques pages publicitaires—et peut–être *The Nature of Things*.

M. McEwen: Il n'y en a pas beaucoup.

Le président: J'essaie simplement de dire que le fait qu'il y ait de la publicité ne vous empêche pas nécessairement de respecter les critères et les mandats qu'on vous a fixés.

M. Byrd: Non. Permettez–moi de vous interrompre, monsieur le président; écoutez, je ne sais pas comment CBC et Radio–Canada pourraient se tirer d'affaires s'ils n'avaient pas accès aux revenus provenant de la publicité. Il y aurait toutes sortes d'émissions qui disparaîtraient. Il ne faut pas oublier cet aspect.

Je reconnais que c'est un problème qui fait surface chaque fois que moi, Michèle ou les responsables de la programmation se rencontrent pour préparer la grille horaire. Il faut s'inquiéter de l'impact de ces pages publicitaires sur la programmation, et non pas en fait du contenu de ces pages publicitaires, parce que nous n'avons pas beaucoup de plaintes des téléspectateurs sur les pages publicitaires. . . Il nous faut placer les émissions dans la grille horaire, ainsi que les quelques rares émissions

[*Texte*]

That has an impact on us. But I shudder to think where we would be if we did not have those revenues today to support the Canadian programming that they do support.

Mme Fortin: Puis–je mentionner que la situation est un peu différente au réseau français? Je pense qu'il est important que vous en soyez bien conscients.

D'abord, sur la question d'être populaires et de répondre à notre mandat, on a eu quelques exemples dernièrement. Radio–Canada, Télé–Métropole et Radio–Québec ont diffusé exactement la même émission. Nous avons eu un million, Télé–Métropole a eu 900 000 et Radio–Québec, 100 000. C'est parce que personne ne va jamais à Radio–Québec voir autre chose. Le public vient aussi à Radio–Canada pour *Enjeux*, *Découvertes* et les émissions d'affaires publiques. Sur un autre réseau, ces émissions auraient 10 p. 100 de l'auditoire. C'est une des raisons pour lesquelles je vais me battre le plus possible pour que Radio–Canada demeure une chaîne populaire. C'est la meilleure façon de remplir notre mandat.

Quant à la publicité, je pense qu'on est probablement un peu plus chanceux que le réseau anglais en ce sens que ce sont les émissions qui correspondent en partie à notre mandat qui génèrent le plus de revenus. Les dramatiques canadiennes en sont un exemple. Il est très important que vous notiez que, du côté anglais, il y a plusieurs sources de financement de programmation, dont les revenus commerciaux, les subventions, le financement de l'État, Téléfilm Canada, les Américains, les anglophones, les Britanniques, les coproductions, etc. En français, compte tenu de notre population, il y a trois sources de financement: Radio–Canada, la télévision et Téléfilm, donc le gouvernement et les revenus commerciaux. On ne peut pas compter sur la France. On ne peut pas compter sur les Américains. Si on veut faire des émissions en français au Canada, il y a deux sources de financement possibles: le gouvernement et la publicité. Il est important qu'on le note. Les revenus du câble ne contribuent pas à la fabrication d'émissions canadiennes coûteuses.

The Chairman: I think I have, of course, opened up a wonderful can of worms, but I think we've gone over time. I guess what I'd just like to leave hanging in the air, perhaps for the next visit, is the notion that advertising is not just $299 million in the case of. . .or whatever it is. Is that what it is?

Mr. McEwen: No, $200 million in English, on average.

The Chairman: Okay. But it supports different kind of activities and is less distortional, less offensive, or less something in certain cases than in others. I think it would be useful for the committee to have some sense of how that breaks out for the very high–profile items in English television, like *Blossom* and *Fresh Prince of Bel–Air*, on a kind of grid basis. But just from a financial point of view, we'd like to know, if something is blowing you off course, what it is and to what extent. I think we should come back to this.

[*Traduction*]

américaines que nous avons sur le réseau anglais, afin d'obtenir le plus de revenus possible. Et tout cela a une incidence sur la programmation. Je ne peux pas imaginer ce que nous ferions si nous n'avions pas les revenus provenant de la publicité aujourd'hui pour appuyer la programmation canadienne.

Ms Fortin: I'd like to mention that this situation is somewhat different for the French network. I think it's important that you be aware of that.

First of all, as for the possibility of being mainstream and still do what we're mandated to do, there have been some examples quite recently. Radio–Canada, Télé–Métropole and Radio–Québec all broadcasted exactly the same program. We had one million watchers, Télé–Métropole had 900,000 and Radio–Québec had 100,000. It is because nobody ever switches to Radio–Québec to see another program. The public also watches Radio–Canada for *Enjeux*, *Découvertes* and various public affairs programs. On another network, only 10% of TV viewers would tune in to those programs. It is one of the reasons why I will do my outmost so that Radio–Canada remains a "mainstream" network. It is the best way to fulfill our mandate.

As for advertising, I think that we are somewhat luckier than the English network to the extent that the very programs that really correspond to our mandate are those that bring the highest revenues. The best examples are Canadian dramas. You must remember that on the English side there are several sources of financing for programs, commercial revenues, subsidies, state subsidies, Telefilm Canada, the Americans, the anglophones, the British, corporate productions and so on. On the French side, given the small population base, there are only three sources of financing: Radio–Canada, television and Telefilm; therefore government and commercial revenues. We cannot count on France to help us out. We cannot depend on the Americans either. If we want to produce French programs in Canada, there are only two possible sources of financing: the government and advertising. One must remember this very important point. Cable revenues do not help finance expensive Canadian programs.

Le président: J'ai fait des commentaires qui suscitent une très vive réaction. Malheureusement, nous avons pris plus de temps que prévu. J'aimerais simplement attendre à la prochaine réunion pour qu'on réponde à ces commentaires. Faut–il reconnaître que la publicité, ce n'est pas simplement 299 millions de dollars pour. . .? Est–ce que c'est le montant, d'ailleurs?

M. McEwen: Non, c'est environ 200 millions de dollars du côté anglais.

Le président: Très bien. Et cela permet de financer certaines activités, et c'est une forme de financement qui est moins nuisible et plus facilement acceptée que d'autres. Je crois qu'il serait utile de fournir au comité une ventilation du financement des émissions très connues qui sont présentées. Je crois qu'il faudra revenir sur cette question plus tard.

[*Text*]

The other notion that was fascinating, which I think we'll have to come back to at another time, is the notion that in order to attract people to the good stuff, such as the news or whatever else, there is a sort of argument, which I heard Madam Fortin make, that you have to make sure they're regular watchers of the more popular stuff—no value judgments on the popular stuff—whether it's sports or whatever it is.

That's something I think I'd like to explore—whether there's work done on the kind of carry–over effect, or whether people switch around, or is that the same way radio works. I'm putting out questions, but for another time.

Mr. Pineau: But if I may add to your reflection, one thing is quite interesting in the multi–channel universe, the 200–channel universe. It's interesting to notice that Japanese manufacturers are making a device now where you will preprogram your TV set on five or six channels and you'll end up like radio; you will be choosing those four or five or six channels, and that'll be it.

Thence, the argument Michèle is making is even more important. The public broadcaster who is responsible for Canadian content has to be on those five or six buttons; otherwise, it's not worth spending a penny on it. It doesn't make sense.

Mme Tremblay: J'aimerais faire une mise au point. Vous avez parlé de *good stuff* comme les nouvelles. *La petite vie*, c'est aussi du *good stuff*.

The Chairman: It was done with a spirit of fun.

I'm going to get out of here while I can.

Mr. McEwen: Thank you very much.

The Chairman: The meeting is adjourned.

[*Translation*]

• 1715

L'autre question qui était tout particulièrement intéressante, question sur laquelle il faudra revenir plus tard, c'est l'idée que pour intéresser les gens aux bonnes émissions, comme les nouvelles ou les émissions d'information, il faut, comme nous l'a dit M^me^ Fortin, s'assurer qu'il s'agit de gens qui écoutent les émissions plus populaires—et je n'essaie pas de juger de la qualité de ces émissions—qu'il s'agisse de sport ou d'autres choses.

J'aimerais étudier cette question plus à fond—j'aimerais savoir si les gens passent d'une station à l'autre sans hésiter ou s'ils ont tendance à écouter plusieurs émissions à la suite à la même station. Je ne sais pas si cela se fait comme à la radio. Je pose simplement de petites questions auxquelles on pourra répondre plus tard.

M. Pineau: Il y a un aspect qui est tout particulièrement intéressant dans ce nouveau monde de 200 stations de télévision. Il est intéressant de noter que les fabricants japonais fabriquent un appareil qui vous permettra de programmer votre téléviseur pour cinq ou six stations précises. Cela sera un peu comme la radio. Vous choisirez exclusivement ces quatre, cinq ou six stations.

Ainsi, l'argument présenté par Michèle est encore plus important. Le radiodiffuseur public qui est responsable d'assurer un contenu canadien doit être une de ces cinq ou six stations qui seront choisies. Sinon, ça ne vaut pas la peine de dépenser de l'argent pour la programmation.

Mrs. Tremblay: I'd like to point out something. You have mentioned the good stuff like the news. I'd like to point out that *La petite vie* is also good stuff.

Le président: C'était simplement pour rigoler.

Je ferais peut–être mieux de partir tout de suite avant que l'on ne m'en empêche.

M. McEwen: Merci beaucoup.

Le président: La séance est levée.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid Port payé
Lettermail Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the Canadian Broadcasting Corporation:

Michèle Fortin, Vice–President, French Television Networks;
Jim Byrd, Vice–President, English Television Networks;
Michael McEwen, Senior Vice–President, Media;
Alain Pineau, Vice–President, Planning and Regulatory Affairs.

TÉMOINS

De la Société Radio–Canada:

Michèle Fortin, vice–présidente aux réseaux de télévision française;
Jim Byrd, vice–président aux réseaux de télévision anglaise;
Michael McEwen, premier vice–président, médias;
Alain Pineau, vice–président à la planification et à la réglementation.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

CA1
XC68
-C13

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 30

Tuesday, October 4, 1994
Wednesday, October 5, 1994

Chairperson: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 30

Le mardi 4 octobre 1994
Le mercredi 5 octobre 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 106(1), election of Chair.

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of the Canadian Broadcasting Corporation.

CONCERNANT:

Conformément à l'article 106(1) du Règlement, élection du président.

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la Société Radio–Canada.

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)



First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chairperson: John Godfrey

Vice–Chairs: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Associate Members

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidentes: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakvillle—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Membres associés

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

ORDERS OF REFERENCE

Extract from the Votes & Proceedings of the House of Commons of Friday, September 30, 1994

Mr. Milliken (Parliamentary Secretary to the Leader of the Government in the House of Commons), from the Standing Committee on Procedure and House Affairs, presented the 36th Report of the Committee, which was as follows:

Your Committee recommends that the following Members be added to the list of Associate Members of Standing Committees:

Canadian Heritage

de Jong

By unanimous consent, Mr. Milliken (Parliamentary Secretary to the Leader of the Government in the House of Commons), seconded by Mr. Vanclief (Parliamentary Secretary to the Minister of Agriculture and Agri–Food), moved, — That the 36th Report of the Standing Committee on Procedure and House Affairs, presented earlier today, be concurred in.

The question was put on the motion and it was agreed to.

Extract from the Votes & Proceedings of the House of Commons of Monday, October 3, 1994

Mr. Milliken (Parliamentary Secretary to the Leader of the Government in the House of Commons), from the Standing Committee on Procedure and House Affairs, presented the 37th Report of the Committee, which was as follows:

Your Committee recommends the following changes in the membership of Standing Committees:

Canadian Heritage

Ianno for/pour Pagtakhan

Your Committee also recommends that the following Members be added to the list of Associate Members of Standing Committees:

Canadian Heritage

Pagtakhan

By unanimous consent, it was ordered, — That the 37th Report of the Standing Committee on Procedure and House Affairs, presented earlier today, be concurred in.

ORDRES DE RENVOI

Extrait des Procès–verbaux de la Chambre des communes du vendredi 30 septembre 1994

M. Milliken (secrétaire parlementaire du leader du gouvernement à la Chambre des communes), du Comité permanent de la procédure et des affaires de la Chambre, présente le 36e rapport de ce Comité, dont voici le texte:

Votre Comité recommande que les députés suivants fassent partie de la liste des membres associés des Comités permanents:

Patrimoine canadien

Du consentement unanime, M. Milliken (secrétaire parlementaire du leader du gouvernement à la Chambre des communes), appuyé par M. Vanclief (secrétaire parlementaire du ministre de l'Agriculture et de l'Agro–alimentaire), propose, — Que le 36e rapport du Comité permanent de la procédure et des affaires de la Chambre, présenté plus tôt aujourd'hui, soit agréé.

La motion, mise aux voix, est agréée.

Extrait des Procès–verbaux de la Chambre des communes du lundi 3 octobre 1994

M. Milliken (secrétaire parlementaire du leader du gouvernement à la Chambre des communes), du Comité permanent de la procédure et des affaires de la Chambre, présente le 37e rapport de ce Comité, dont voici le texte:

Votre Comité recommande les changements suivants dans la liste des membres des Comités permanents:

Patrimoine canadien

Votre Comité également recommande que les députés suivants s'ajoutent à la liste des membres associés des Comités permanents:

Patrimoine canadien

Du consentement unanime, il est ordonné, — Que le 37e rapport du Comité permanent de la procédure et des affaires de la Chambre, présenté plus tôt aujourd'hui, soit agréé.

Extract from the Votes & Proceedings of the House of Commons of Friday, September 30, 1994

Mr. Milliken (Parliamentary Secretary to the Leader of the Government in the House of Commons), from the Standing Committee on Procedure and House Affairs, presented the 35th Report of the Committee, which was as follows:

Your Committee recommends that the list of members and associate members for Standing Committees of this House be as follows:

Canadian Heritage

Members/Membres

Brown (*Oakville—Milton*)
Brown (*Calgary Southeast/ Sud–Est*)
Cannis
Gagnon (*Québec*)
Gallaway
Godfrey
Guarnieri
Hanrahan
McKinnon
Pagtakhan
Tremblay (*Rimouski—Temiscouata*)—(11)

Associate Members/Membres associés

Plamondon
Ringma

By unanimous consent, Mr. Milliken (Parliamentary Secretary to the Leader of the Government in the House of Commons), seconded by Mr. Vanclief (Parliamentary Secretary to the Minister of Agriculture and Agri–Food), moved,—That the 35th Report of the Standing Committee on Procedure and House Affairs, presented earlier today, be concurred in.

The question was put on the motion and it was agreed to.

Extrait des Procès–verbaux de la Chambre des communes du vendredi 30 septembre 1994

M. Milliken (secrétaire parlementaire du leader du gouvernement à la Chambre des communes), du Comité permanent de la procédure et des affaires de la Chambre, présente le 35e rapport de ce Comité, dont voici le texte:

Votre Comité recommande que la liste des membres et membres associés aux comités permanents de la Chambre figure ci–après:

Patrimoine canadien

Du consentement unanime, M. Milliken (secrétaire parlementaire du leader du gouvernement à la Chambre des communes), appuyé par M. Vanclief (secrétaire parlementaire du ministre de l'Agriculture et de l'Agro–alimentaire), propose,—Que le 35e rapport du Comité permanent de la procédure et des affaires de la Chambre, présenté plus tôt aujourd'hui, soit agréé.

La motion, mise aux voix, est agréée.

Le Greffier de la Chambre des communes

ROBERT MARLEAU

Clerk of the House of Commons

MINUTES OF PROCEEDINGS

TUESDAY, OCTOBER 4, 1994
(36)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 9:09 o'clock a.m. this day, in Room 371, West Block, for the purpose of electing a Chair, pursuant to Standing Orders 106(1) and 106(2).

Members of the Committee present: Bonnie Brown, Jan Brown, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Albina Guarnieri, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Acting Member present: Rey Pagtakhan for John Cannis.

Associate Member present: Simon de Jong.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

The Clerk of the Committee presided over the election of a Chair.

On motion of Suzanne Tremblay, it was agreed, — That John Godfrey take the Chair of the Committee as Chairman.

The Chair took the Chair.

Hugh Hanrahan moved, — That Jan Brown be elected Opposition Vice–Chair of the Committee.

Christiane Gagnon moved, — That Suzanne Tremblay, be elected Opposition Vice–Chair of the Committee.

The question being put on the motion of Hugh Hanrahan, it was negatived on the following recorded vote:

YEAS

Jan Brown
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon — (3)

NAYS

Bonnie Brown
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Tony Ianno
Rey Pagtakhan
Suzanne Tremblay — (7)

And the question being put on the motion of Christiane Gagnon, it was agreed to.

On motion of Rey Pagtakhan, it was agreed, — That Tony Ianno be elected Vice–Chair of the Committee.

After debate, it was agreed, — That during the questioning of witnesses, there be allocated ten (10) minutes for the first questioner of each party and that thereafter the Chair of the Committee alternate between Opposition and Government Members who will be accorded five(5) minutes, at the discretion of the Chair.

At 9:50 o'clock a.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

PROCÈS–VERBAUX

LE MARDI 4 OCTOBRE 1994
(36)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 9 h 09, dans la salle 371 de l'édifice de l'Ouest, pour élire un président conformément aux paragraphes 106(1) et 106(2) du Règlement.

Membres du Comité présents: Bonnie Brown, Jan Brown, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Albina Guarnieri, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Membre suppléant présent: Rey Pagtakhan remplace John Cannis.

Membre associé présent: Simon de Jong.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

La greffière procède à l'élection du président.

Sur motion de Suzanne Tremblay, il est convenu — Que John Godfrey soit élu président du Comité.

Le président prend place au fauteuil.

Hugh Hanrahan propose — Que Jan Brown soit élue vice–présidente du Comité pour l'opposition.

Christiane Gagnon propose — Que Suzanne Tremblay soit élue vice–présidente du Comité pour l'opposition.

Après débat, la motion est mise aux voix et adoptée. La motion de Hugh Hanrahan, mise aux voix, est rejetée:

POUR

Jan Brown
Hugh Manrahan
Glen McKinnon — (3)

CONTRE

Bonnie Brown
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Tony Ianno
Rey Pagtakhan
Suzanne Tremblay — (7)

La motion de Christiane Gagnon est mise aux voix et adoptée.

Sur motion de Rey Pagtakhan, il est convenu — Que Tony Ianno soit élu vice–président du Comité.

Après débat, il est convenu — Que lors de l'interrogation des témoins, dix minutes soient accordées au premier intervenant de chaque parti et, par la suite, le président pourra alterner entre l'opposition et le gouvernement, et chaque intervenant aura cinq minutes, à la discrétion du président.

À 9 h 50, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

WEDNESDAY, OCTOBER 5, 1994
(37)

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 3:38 o'clock p.m. this day, in Room 536, Wellington Bldg., the Chair, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Bonnie Brown, Jan Brown, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Albina Guarnieri, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Associate Member present: Simon de Jong.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: Susan Alter and René Lemieux, Research Officers.

Witnesses: Individual presentation: J.R. Peters *From the Canadian Film and Television Production Association:* Sandra Macdonald, President; Norm Stangl, Chapter President, International Teleproduction Society. *From the Directors Guild:* Paul Audley, Policy and Research Consultant.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee resumed its study of the Canadian Broadcasting Corporation. (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Thursday, September 22, 1994, Issue No. 26*).

J.R.(Ray) Peters made an opening statement, and answered questions.

At 4:38 o'clock p.m., the sitting was suspended.

At 4:41 o'clock p.m., the sitting resumed.

Sandra Macdonald and Norm Stangl from the Canadian Film and Television Production Association made an opening statement, and answered questions.

Paul Audley from the Directors Guild made an opening statement, and answered questions.

At 5:45 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

LE MERCREDI 5 OCTOBRE 1994
(37)

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 15 h 38, dans la salle 536 de l'immeuble Wellington, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Bonnie Brown, Jan Brown, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Albina Guarnieri, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Membre associé présent: Simon de Jong.

Aussi présents: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: Susan Alter et René Lemieux, attachés de recherche.

Témoins: À titre personnel: J.R. Peters. *De l'Association canadienne de production de film et de télévision:* Sandra Macdonald, présidente; Norm Stangl, président de section, Société internationale de téléproduction. *De la Guilde des réalisateurs:* Paul Audley, consultant en politiques et recherche.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité reprend son étude de la Société Radio–Canada (*voir les Procès–verbaux et témoignages du jeudi 22 septembre 1994, fascicule nº 26*).

J.R. (Ray) Peters fait un exposé et répond aux questions.

À 16 h 38, la séance est suspendue.

À 16 h 41, la séance reprend.

Sandra Macdonald et Norm Stangl, de l'Association canadienne de production de film et de télévision, font des exposés et répondent aux questions.

Paul Audley, de la Guilde des réalisateurs, fait un exposé et répond aux questions.

À 17 h 45, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Texte*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Tuesday, October 4, 1994

[*Traduction*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mardi 4 octobre 1994

• 0905

The Clerk of the Committee: I'm sorry, but I can only accept motions to elect a chair right now, as the clerk.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): At the will of the committee.

The Clerk: If it's the will of the committee. I'm in the hands of the committee.

M^me^ Brown veut avoir un vote secret pour toutes les élections, mais c'est au Comité de décider.

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscaouta): Est–ce qu'on décide cela avant de commencer ou après?

La greffière: Oui, parce que cela dépend de la façon dont on va organiser les choses.

Mme Tremblay: Je pense qu'on devrait voter par appel nominal, pas par vote secret. S'il faut en débattre, on va en débattre tout de suite.

M. Godfrey (Don Valley–Ouest): Bon, alors, pour savoir s'il y aura un vote secret, il faut avoir un vote ouvert, n'est–ce–pas?

La greffière: À main levée, à moins qu'il y ait un consentement unanime pour aller dans un sens ou dans un autre .

Mme Tremblay: À main levée, et on va décider si on va procéder à un vote secret ou pas.

La greffière: Oui.

Mme Tremblay: C'est la motion de M^me^ Brown, c'est cela?

The Clerk: All those in favour, please raise your hands.

Mr. Godfrey: You'd better explain in favour of what.

The Clerk: All those in favour of a secret ballot, please raise your hands.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Co–chairs and vice–chairs.

The Clerk: Co–chairs and vice–chairs. All those against?

La motion est rejetée

Mr. Godfrey: Madam Chair, could I explain my vote? I've been so moved by the views of the Reform Party on having a more open political process that I am persuaded by their arguments that we ought to have an open vote. Normally I wouldn't, of course.

An hon. member: Good.

La greffière: Honorables députés, il y a quorum. En conformité avec les articles 106(1), 106(2) et 116 du Règlement, le choix d'un président est le premier point à l'ordre du jour.

I am ready to receive motions to that effect.

La greffière du comité: Désolée, mais je ne peux accepter pour le moment que des motions portant sur l'élection du président.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Selon le bon vouloir du comité.

La greffière: Si tel est le bon vouloir du comité. Je m'en remets à la volonté du comité.

Mrs. Brown wants to have a secret ballot for all elections, but it is up to the Committee to decide.

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscaouta): Do we decide on that before we begin or after?

The Clerk: Yes, because that depends on the way we will organize things.

Mrs. Tremblay: I think we should vote by roll call, and not by secret ballot. If we have to debate that, let's debate it right now.

Mr. Godfrey (Don Valley West): Okay, so to find out if there will be a secret ballot, we must have an open vote, right?

The Clerk: A vote by a show of hands, unless there is unanimous consent to go one way or the other.

Mrs. Tremblay: By a show of hands, and we will then decide if we have a secret ballot or not.

The Clerk: Yes.

Mrs. Tremblay: That's Mrs. Brown motion, right?

La greffière: Toux ceux qui sont en faveur, veuillez lever la main.

M. Godfrey: Il vaudrait mieux que vous disiez en faveur de quoi.

La greffière: Tout ceux qui sont en faveur du vote secret, veuillez lever la main.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Pour les postes de coprésidents et de vice–présidents.

La greffière: Pour les postes de coprésidents et de vice–présidents. Ceux qui sont contre?

Motion negatived

M. Godfrey: Madame la présidente, me permettez–vous d'expliquer mon vote? Ce sont les vues du Parti réformiste sur la nécessité de la transparence en politique qui m'ont persuadé de voter en faveur du scrutin ouvert. Normalement, bien sûr, j'aurais voté autrement.

Une voix: Bien.

The Clerk: Honourable members, I see a quorum. Pursuant to Standing Orders 106(1), 106(2) and 116, the first order of business is to elect a chair.

Je suis prête à recevoir les motions à cet effet.

[*Text*]

Mme Tremblay: Je propose M. John Godfrey.

La motion est adoptée

La greffière: Je déclare John Godfrey dûment élu président du Comité et je l'invite à prendre le fauteuil.

Mr. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): I would like to move that Jan Brown be nominated as opposition vice–chair of this standing committee.

The Chairman: Are there any other proposals for a candidate for this position?

Mme Gagnon (Québec): J'ai une motion à présenter. Je propose M^me^ Susanne Tremblay à la vice–présidence du Comité.

The Chairman: Okay, we have two motions. Since I have two motions, I shall put the question on the first motion. We don't have an election in the sense of everybody doing the same thing at the same time. First of all we vote on Mr. Hanrahan's motion for Jan Brown as vice–chair. If that fails, then we move to the nomination by Mrs. Gagnon for Suzanne Tremblay as vice–chairman. Are there any questions on the process?

Mr. McKinnon (Brandon—Souris): How does a vote fail?

The Chairman: If more people vote against it than vote for it.

Is everybody clear on the process?

Motion negatived

Mr. Hanrahan: Can we have a recorded vote?

The Chairman: Sure. Do you have enough information to record the vote?

The Clerk: I will have to call the votes.

Mr. Pagtakhan (Winnipeg North): Mr. Chairman, a point of order, just for clarification, because I'm new on the committee. Is a recorded vote recorded before the viva voce has been taken, or even after?

The Chairman: We're going to revote, and at this point we're going to record the vote.

So the motion was to make Mr. de Jong the vice–chairman of... No, that wasn't it.

Mr. de Jong (Regina—Qu'Appelle): What a nice gesture.

The Chairman: If you had come a little earlier, it might have worked.

We'll now return to Mr. Hanrahan's motion.

Motion negatived: nays 7; yeas 3

• 0915

The Chairman: Now we move on to the next motion, which is the motion by Mrs. Gagnon

[*Translation*]

Mrs. Tremblay: I move that Mr. John Godfrey be elected.

Motion agreed to

The Clerk: I declare John Godfrey duly elected and I invite him to take the Chair.

M. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Je propose la candidature de Jan Brown au poste de vice–présidente de l'opposition du Comité permanent.

Le président: Avez–vous d'autres candidatures à proposer pour ce poste?

Mrs. Gagnon (Québec): I have a motion. I move that Mrs. Susanne Tremblay be elected vice–chair of this Committee.

Le président: Très bien, nous avons deux motions. Étant donné que nous avons deux motions, je vais mettre la première aux voix. Ce n'est pas une élection dans la mesure où nous votons tous pour la même chose en même temps. Nous allons d'abord voter sur la motion de M. Hanrahan portant sur l'élection de Jan Brown à la vice–présidence. Si le vote est négatif, nous passerons ensuite à la motion de M^me^ Gagnon portant sur l'élection de Suzanne Tremblay à la vice–présidence. Y a–t–il des questions sur la procédure?

M. McKinnon (Brandon—Souris): Qu'est–ce qu'un vote négatif?

Le président: S'il y a plus de gens qui votent contre que pour.

Est–ce que tout le monde comprend la procédure?

La motion est rejetée

M. Hanrahan: Est–ce que nous pouvons procéder par un vote par appel nominal?

Le président: Bien sûr. Avons–nous les renseignements voulus pour procéder ainsi?

La greffière: Je vais devoir inscrire les noms.

M. Pagtakhan (Winnipeg–Nord): Monsieur le président, rappel au Règlement, simple éclaircissement, parce que je suis nouveau au comité. Est–ce que le vote par appel nominal est inscrit avant le vote à voix haute, ou après?

Le président: Il va falloir voter de nouveau, et cette fois–ci, nous allons inscrire les votes.

Il s'agit donc d'une motion sur l'élection de M. de Jong à la vice–présidence de... Non, je me trompe.

M. de Jong (Regina—Qu'Appelle): Vous êtes gentil.

Le président: Si vous étiez arrivé un peu plus tôt, ça aurait pu marcher.

Nous revenons donc à la motion de M. Hanrahan.

La motion est rejetée par 7 voix contre 3

Le président: Nous passons maintenant à la motion suivante, qui est celle de M^me^ Gagnon

[*Texte*]

pour M^me^ Tremblay comme autre vice–présidente. Alors, quelles sont les personnes qui sont pour?

Motion agreed to

The Chairman: We now come to the second vice–chair.

Mr. Pagtakhan: I move that Mr. Tony Ianno be named the vice–chair from the government side.

Motion agreed to

The Chairman: I declare Mr. Ianno the government vice–chair.

So we're all duly elected.

When we last met as a committee, we were not sure whether this morning we would be looking at the bill to reorganize the Department of Canadian Heritage. Because the debate has not finished in the other place, we really have no business in that regard. When and if the bill clears and is sent to us, we will at that point dedicate appropriate amounts of time to the debate, according to the wishes of the members.

My proposal would be that we start by inviting the deputy to come and just talk to some of the technical sides of the bill, to walk us through it, without prejudicing what we might want to do afterwards in terms of having witnesses or anything else. So the first session would be simply an information session but would not by any means be the last session. However, we can't do that until it has gone through.

We have no other business this morning. However, let me remind you of what we have to do for the rest of the week.

We resume our study of the CBC tomorrow at 3:30 p.m. with Mr. Peters. We have a panel from the Canadian Film and Television Production Association and the Directors Guild. So that's tomorrow's work and we carry on on Thursday morning.

Mme Tremblay: Avant que nous nous quittions, pourrait–on passer 10 ou 15 minutes à réfléchir sur la façon différente dont nous pourrions fonctionner quand on reçoit des témoins? Parce que la façon dont on fonctionne est très frustrante. C'est tellement rigide! Je pense que les témoins devraient avoir un temps de parole défini à l'intérieur de nos dix minutes. Il n'y a pas de raison que les témoins parlent tout le temps qu'ils veulent car ils utilisent alors une bonne partie du temps de parole et nous n'avons plus le temps de poser d'autres questions.

Je pense qu'il faudrait qu'on essaie de voir comment on pourrait fonctionner parce que c'est frustrant. Comment pourrait–on faire?

The Chairman: Does anyone have any problem with spending a little time discussing this point? Is everybody comfortable with that? I think it's a good point.

The real question is how we balance fair play so that we respect the allocation of time amongst us and get a good discussion. If there are more creative ways of doing it that still don't let anybody think they've been short–changed, then I'm all in favour of doing that.

[*Traduction*]

for Mrs. Tremblay as the other vice–chair. So, those in favor?

La motion est adoptée

Le président: Nous en sommes maintenant à l'élection du second vice–président.

M. Pagtakhan: Je propose que M. Tony Ianno soit élu vice–président du parti ministériel.

La motion est adoptée

Le président: Je déclare M. Ianno vice–président du parti ministériel.

Nous sommes donc tous dûment élus.

Lorsque le comité s'est réuni la dernière fois, nous ne savions pas encore si nous examinerions ce matin le projet de loi portant sur la réorganisation du ministère du Patrimoine canadien. Étant donné que le débat n'est pas terminé à la Chambre, nous n'avons pas à en discuter. Lorsque le projet de loi nous sera renvoyé, nous prendrons alors le temps voulu pour en débattre, selon les voeux des membres du comité.

Je propose que nous commencions par inviter le sous–ministre pour qu'il nous explique certains aspects techniques du projet de loi, pour qu'il nous en explique le contenu, sans nous lier les mains pour la suite des événements, auditions de témoins ou autre chose de ce genre. La première séance serait donc simplement une séance d'information, et ce ne serait sûrement pas la dernière. Toutefois, nous ne pourrons rien faire avant de recevoir le projet de loi.

Nous n'avons rien d'autre à faire ce matin. Permettez–moi cependant de vous rappeler ce que nous avons à faire le reste de la semaine.

Nous reprenons notre étude de Radio–Canada demain à 15h30, avec M. Peters. Nous entendrons des témoins de l'Association canadienne de production de film et de télévision et de la Guilde canadienne des réalisateurs. C'est ce que nous avons au menu demain et nous poursuivrons notre étude jeudi matin.

Mrs. Tremblay: Before we go, could we take 10 or 15 minutes to think about the way we do things when we have witnesses? Because the way we operate is very frustrating. It's so rigid! I think witnesses should be allotted a specific response time within our 10 minutes. There is no reason why witnesses should take all the time they want because they then use a good portion of our allotted time, and we have no more time left to ask other questions.

I think we should try to look how we could operate differently because this is frustrating. How could we manage?

Le président: Êtes–vous d'accord pour que nous prenions un peu de temps pour discuter de cette question? Tout le monde est d'accord? Je pense que c'est une bonne observation.

La vraie question est de savoir comment nous répartirons équitablement le temps qui nous est imparti afin d'avoir une bonne discussion. S'il y a des façons plus novatrices de procéder sans léser personne, je vous dis tout de suite que je suis d'accord.

[*Text*]

Mme Tremblay: Il faut bien constater que les témoins essayent d'éviter les questions en nous donnant de très longues réponses. Je crois me rappeler que les gens de Radio–Canada nous avaient donné de très, très longues réponses, et nous avaient fait des présentations beaucoup trop longues avec des documents préparés à l'avance. Si c'est pour continuer comme cela, je trouve cela trop frustrant.

J'aimerais voir les gens qui ont participé aux audiences, les autres semaines, et je voudrais savoir comment ils ont vécu cela parce que je ne voudrais pas être la seule à avoir. . .

The Chairman: Jan, and then Roger.

• 0920

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Thank you, Mr Chairman. Through you to Suzanne, I remember that during the early days we discussed how we would deal with witnesses when they came. I think it was you, John, who mentioned that if they get too long–winded, cut them off and redirect the discussion. It is up to you. If you have your ten minutes, then you have the opportunity to say look, that's—

The Chairman: But that's also more my job. The problem I have been having recently is that the questions have also been very long. In other words,

madame Tremblay, quand vous posez des questions ou une série de questions qui prennent 6 minutes, est–ce que pour avoir le va–et–vient, vous voulez que ce soit moi qui vous coupe?

Mme Tremblay: Je voudrais utiliser le temps le mieux possible. Le problème, c'est que je sais qu'après avoir posé ma question, je ne pourrais plus parler. Mais quand vous avez décidé, par exemple, à la dernière séance, que vous aviez trois questions à poser, vous avez posé vos trois questions, vous avez entendu les réponses et cela a pris 22 minutes. On n'a rien dit. C'est un peu cela qui est frustrant, et je ne sais pas comment. . .

Le président: Je suis prêt à faire n'importe quoi pour améliorer la situation. Un des problèmes, c'est que ce n'est pas une discussion générale. Ce qu'on aimerait bien faire, c'est commencer avec une question, avoir une belle discussion sur ce point et ensuite passer à la prochaine, mais. . .

Mme Tremblay: Quand le vice–président nous dit que Radio–Canada finit son exercice financier avec un surplus de 22 millions de dollars, c'est faux, ils finissent avec un déficit de 24 millions. Ce n'est pas tout à fait pareil.

Mais la séance était finie et on ne peut pas revenir pour poser une question. J'aurais bien voulu qu'on nous explique comment, en finissant l'exercice financier avec un déficit de 24 millions, on arrive à nous dire qu'on fait un surplus de 22 millions. Je suis allée le lui demander après, et il m'a dit comment il avait fait cela; mais j'aurais aimé que ce soit public, pour que cela apparaisse dans les témoignages.

The Chairman: Jan, did you want to add anything more to that?

Mrs. Brown (Calgary Southeast): No.

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): I certainly share Suzanne's frustrations because often they do tend to ramble on and not answer the question anyway.

[*Translation*]

Mrs. Tremblay: We must acknowledge the fact that some witnesses try to skirt the issue by giving very long answers. If my memory serves me right, the CBC people gave us very, very long answers, and they had presentations which were much too long with documents prepared in advance. If we are to go on like that, I find that just too frustrating.

I would like to hear from people who sat in on the meetings, all that time, and I would like to know how they felt because I don't want to be the only one to. . .

Le président: Jan, et ensuite Roger.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Merci, monsieur le président. En réponse à Suzanne, je me rappelle que nous avons discuté à nos débuts de la façon dont nous interrogerions les témoins. Je crois que c'est vous, John, qui avez dit que si les témoins prenaient trop de temps, il fallait les interrompre et réorienter la discussion. C'est à vous qu'il appartient d'agir. C'est vous qui avez les 10 minutes, vous avez donc le loisir de dire: écoutez, c'est. . .

Le président: Mais c'est surtout moi qui dois intervenir. La difficulté que j'ai éprouvée récemment, c'est que les questions étaient également très longues. Autrement dit,

Madam Tremblay, when you ask questions or a series of questions which take six minutes, if you want a discussion, do you want me to cut you off?

Mrs. Tremblay: I would like us to use our time as best as possible. The problem is that I know that after I asked my question, I will no longer have the floor. But when you decided, for instance, at our last meeting, that you had three questions to ask, you asked your three questions, you listened to the answers and that took 22 minutes. We did not say a thing. That's what I find a little frustrating, and I don't know how—

The Chairman: I am ready to do anything to improve the situation. One of the problems, is that it's not a general discussion. What we would like to do, is begin with a question, have a good discussion on that point and then move to the next point, but—

Mrs. Tremblay: When the Vice–Chairman of CBC tells us that he concluded his fiscal year with a $22 million surplus, it is not true, they ended up with a $24 million deficit. It's not exactly the same thing.

But the session was over and we could not come back to ask another question. I would have liked him to explain to us how he could say that he had a $22 million surplus while he concluded his fiscal year with a $24 million deficit. I did ask him after, and he told me how he had done that; but I would have liked that to be public, so that would appear on the record.

Le président: Jan, vous vouliez ajouter quelque chose?

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Non.

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): C'est vrai que c'est irritant, comme dit Suzanne, parce que souvent ils parlent pour ne rien dire et ils ne répondent pas à la question de toute façon.

[*Texte*]

But I think it's a problem that exists in all committees. The ten-minute rule exists, I believe, in most committees. I presume that we are either going to have to ask much more pointed, specific questions or we're going to have to cut them off. It's an age-old problem. Even if you had half an hour each, you would still have the same problem.

The Chairman: Let me make this deal with you. Once I am hearing five-minute questions, I have to hear a five-minute answer. If you make the questions short and say, I have three things I want to know about, bing, bang, bong, I will say, sorry, but you have eight minutes or nine minutes to answer those three questions. Please make it short. Please get on with it. Now, I can do that, but it requires discipline on both parts.

Mr. Pagtakhan: Mr Chairman, I have a suggestion and I did it once when I was in opposition. I posed the six questions I had right at the beginning, no preamble, one, two, three, four, five, six. Then he had the remaining nine minutes to answer the questions.

The second approach, of course, if I may suggest, Mr. Chairman, is that the one asking the question could at any time on a point of order get the attention of the chair and ask whether he or she could interrupt the continuing answer. Of course, we have to use discretion and not be seen by the public as interrupting the one providing the answer. It's left to our discretion. So the chair could rule on that and give notice to the one on the witness stand to finish his answer.

I think there are many ways, but I submit that there is no perfect solution to this perennial question.

Mr. Ianno (Trinity—Spadina): In the industry committee we stuck with our ten minutes and five minutes. We often had to interrupt the witnesses because it was easy for them to speak eloquently and long so that in effect we wouldn't be able to get any more questions in. So it became habit that we would interrupt, not rudely but by saying yes, thank you for that, but how about this, and carry on.

If we stuck to ten minutes and if a witness seemed to be very interesting and many of the committee members wanted additional questions, we were able to go through the process of one question each, so that in effect we were able to get the crux on the 24, 22, or whatever else was very important, and still keep it within a timeframe that was reasonable.

• 0925

The Chairman: Did you find it better to simply allow the questioner and the witness to sort out the time—in other words, for the questioner to say excuse me, we have to move on here, through the chair?

Mr. Ianno: Yes.

The Chairman: Otherwise it becomes very subjective.

Mr. Ianno: The chairman is going to have to determine—Well, do I let Suzanne speak a little bit more, but Jan not?

[*Traduction*]

Mais je crois que c'est un problème qui se pose dans tous les comités. Je crois que la règle des 10 minutes existe dans la plupart des comités. J'imagine qu'il nous faudra ou bien poser des questions beaucoup plus précises ou bien interrompre les témoins. C'est un problème vieux comme le monde. Même si on avait une demi-heure chacun, le problème se poserait quand même.

Le président: Je vous propose un marché. Si vous posez une question qui dure cinq minutes, la réponse doit durer cinq minutes. Si vos questions sont brèves, par exemple, il y a trois choses que je veux savoir: un, deux, trois, je dirai: désolé, mais vous avez huit ou neuf minutes pour répondre à ces trois questions. Veuillez être bref. Allez droit au but. Je peux faire ça, mais il faut que chacun soit rigoureux.

M. Pagtakhan: Monsieur le président, j'aimerais faire une suggestion que j'ai déjà faite lorsque j'étais dans l'opposition. Je posais les six questions que j'avais dès le début, sans préambule, un, deux, trois, quatre, cinq, six. Le témoin avait ensuite les neuf minutes qui restaient pour répondre aux questions.

L'autre façon de procéder, bien sûr, si vous me permettez, monsieur le président, c'est que l'auteur de la question pourrait à son gré invoquer le Règlement pour demander au président d'interrompre le témoin qui répond. Bien sûr, il faudrait user de discernement et ne pas donner au public l'impression que nous interrompons indûment le témoin. C'est une question de discernement. Le président pourrait donc arbitrer et demander au témoin de compléter sa réponse.

Je pense qu'il y a plusieurs façons de procéder, mais je suis d'avis qu'il n'y a pas de solution parfaite à cet éternel problème.

M. Ianno (Trinity—Spadina): Au Comité de l'industrie, nous nous en tenons à nos dix et cinq minutes. Nous avons dû interrompre souvent les témoins parce qu'il leur était loisible de parler d'abondance, à tel point que nous ne pouvions plus leur poser de questions. Nous avons donc pris l'habitude d'interrompre les témoins, avec courtoisie mais fermeté, en disant: oui, je vous remercie de votre réponse, mais qu'en est-il de ceci ou de cela, et le témoin poursuivait.

Si nous nous en tenions aux 10 minutes et qu'un témoin semblait très intéressant et que plusieurs membres du comité voulaient poser des questions supplémentaires, nous pouvions l'interroger à fond en lui posant une question chacun, avec pour conséquence que nous pouvions aller à l'essentiel sur l'article 24 ou 22, ou tout autre sujet à l'ordre du jour qui était très important, et nous en tenir à une limite de temps raisonnable.

Le président: Ne vaudrait-il pas mieux simplement permettre aux députés et aux témoins de s'arranger. . . autrement dit, l'auteur de la question dirait: excusez-moi, monsieur le président, mais nous devons avancer?

M. Ianno: Oui.

Le président: Autrement, ça devient très subjectif.

M. Ianno: C'est au président qu'il appartiendra de décider. . . Eh bien, allongerez-vous le temps de parole de Suzanne et rétrécirez-vous celui de Jan?

[*Text*]

The Chairman: The issue is actually within the ten–minute question as to who does the interrupting of—

Mr. Ianno: Let the questioner do it.

The Chairman: I don't have a problem with that provided that the questioner is going to be good and short in the first place.

Let's see now, I have Simon, Hugh, and Albina.

Mr. de Jong: The bureaucrats who appear before committees, in my experience, some of them know the technique: long presentations, long answers. It's a race against the time, against the clock. They know that once they go through this hour or hour and a half, they're gone; they're finished for another year or two years, or whatever. The game gets played like that.

With regard to members, I think when it gets to be your turn you also want to make a statement. It's not just asking questions, because you also want to put on record what your position is, or what your concerns are, what your attitude is. So it's better to do that and then end up with a question. If you're making a five–minute statement, it's not a five–minute question. You're also making a statement that you want on the record. There has to be room for that as well. Try to end up with very precise questions and keep the witnesses on the question.

The Chairman: If you chew up your first five minutes and then ask three questions, or four questions, really you're not being fair to the witnesses in terms of expecting them to do more than give a yes or no, or something. I'll gladly go any way on this one, understanding the importance of the opening statement. But I think if they can be maybe in the spirit of Standing Order 31, or at least in the time of it, that's probably not a bad model, because otherwise it's all our show and not theirs.

Mr. de Jong: In other committees, and this one in the past as well, we've been sort of loose. If somebody hits a good topic, then the chairman or other members can also jump in and ask some supplementary questions on that topic.

Mr. McKinnon: After the ten minutes?

Mr. de Jong: Yes, or even during. It's been a lot looser in the past.

The Chairman: But I'm also mindful of the time, in terms of getting through at a reasonable hour. I feel that if we get too loose, the danger then is for—It's a delicate business.

Mr. Hanrahan, sorry.

Mr. Hanrahan: First I want to agree with Tony in regard to interruptions. It bothers me a little bit that I agree with Tony, but that is part of the deal. The question I have that relates to this is the length of the presentations themselves.

The Chairman: Yes.

Mr. Hanrahan: The first presentations we had from the CBC, by the time the last guy spoke I had no memory of what the first guy really was talking about unless I took copious notes. Is there any way we can limit that aspect of it?

[*Translation*]

Le président: Il s'agit de savoir qui peut interrompre le témoin à l'intérieur des 10 minutes. . .

M. Ianno: Laissez ce soin à l'auteur de la question.

Le président: Cela ne me pose pas de difficultés à condition que l'auteur de la question pose lui–même de brèves questions.

Voyons voir: Simon, Hugh et Albina.

M. de Jong: D'après ce que j'ai vu, il y a des bureaucrates qui témoignent devant les comités qui connaissent la technique: de longs exposés, de longues réponses. Ça devient une course contre la montre. Ils savent qu'ils n'ont qu'à tenir une heure ou une heure et demie, et après c'est fini; ils ont la paix pour une autre année, deux ans, ou peu importe. C'est comme ça qu'on joue le jeu.

Pour ce qui est des députés, lorsque c'est à notre tour, on veut aussi faire des déclarations. Il ne s'agit pas seulement de poser des questions, mais on veut aussi prendre position publiquement, dire quelles sont nos préoccupations, quelle est notre attitude. Il vaut donc mieux commencer par ça et ensuite poser une question. Si vous faites une déclaration de cinq minutes, ce n'est pas une question de cinq minutes. Vous faites également une déclaration publique. Il faut que nous ayons du temps pour cela aussi: tâcher de conclure par des questions très précises et obliger les témoins à répondre aux questions.

Le président: Si vous mangez vos cinq premières minutes et que vous posez ensuite trois questions, ou quatre, vous n'êtes pas juste envers le témoin si vous l'obligez à répondre par autre chose qu'un oui ou un non. Je serai très heureux de vous accorder satisfaction sur ce point car je sais l'importance de ces déclarations. Mais je crois que si les déclarations sont respectueuses de l'esprit de l'article 31 du Règlement, du moins pour ce qui concerne le temps qu'il faut prendre, c'est probablement un bon modèle parce qu'autrement, on vole la vedette aux témoins.

M. de Jong: Dans les autres comités, et ici même par le passé également, nous étions plus souples. Si un député pose une bonne question, le président ou d'autres députés peuvent intervenir aussi et poser des questions supplémentaires sur ce sujet en particulier.

M. McKinnon: Après les 10 minutes?

M. de Jong: Oui, ou même pendant. Nous étions beaucoup plus souples par le passé.

Le président: Mais je suis aussi conscient du temps que nous avons, car nous voulons sortir à une heure raisonnable. Je crois que si nous sommes trop souples, nous courrons alors le risque de. . . C'est délicat.

Monsieur Hanrahan, je vous en prie.

M. Hanrahan: D'abord, je suis d'accord avec Tony pour ce qui concerne les interruptions. Ça me dérange un peu d'être d'accord avec Tony, mais ça fait partie du jeu. J'ai une question au sujet de la longueur même des exposés.

Le président: Oui.

M. Hanrahan: Je me rappelle que lorsque nous avons entendu les premiers exposés de Radio–Canada, lorsque le dernier gars a fini de parler, je ne me souvenais plus de ce que le premier gars avait dit. Ça nous oblige à prendre beaucoup de notes. Est–ce qu'il y a moyen de limiter ça?

[*Texte*]

The Chairman: Yes, there is, and we do try. To be fair, the difficulty with what we've just been through is that there was an awful lot of information that was useful information. We erred on the side of lengthy presentations because there was so much basic stuff.

The good news, or the bad news, depending on your point of view, is that you'll notice that we'll actually have an extra half hour with these morning sessions than we will have in the afternoons, because they go from 9 a.m. to 11 a.m.

Mr. de Jong: It's 9 a.m., not 9:30 a.m.

The Chairman: It's 9 a.m. So we go from 9 a.m. to 11 a.m. It's Wednesday afternoons that are the short straw, because that's only an hour and a half, roughly from 3:30 p.m. to 5 p.m. But then we have another two–hour session. I'm not saying it's going to correct itself, but I do think that gives us a bit more breathing room, and we do tell the witnesses to keep it short. I can be tougher if you like: "We're looking forward to your ten–minute presentation, sir."

• 0930

Mr. Hanrahan: Is it possible for us to divide the presentations? Having three in a row, of that length, took an enormous amount of time.

The Chairman: The problem—and this is why we've done the panels—is that the logic would then be that you'd have to have rounds of three, and it just doesn't fit the time.

My hope was that by having the three presentations off the top, people who found one extraordinarily dull could simply ignore that person, to put it bluntly, and they could actually concentrate their fire on the things they found interesting. We cover more people but we're not stuck with somebody for a whole hour and a half whom we find unenlightening. So they've had their hour in the sun; they can tell their association that they've done their trick. That was really the notion of the panel, and that we can get stuff going on among members of the panel so they can actually do a little bit of this, if that's possible.

Mr. de Jong: I can see that we should have had a briefing session.

The Chairman: A briefing session?

Mr. de Jong: Yes.

The Chairman: We could be in camera if you like. By this point we've said all the indiscretions that are. . .

Does anybody care? Is anybody listening? Yoo–hoo, world! We're broadcasting about this to an astonished world.

Albina—bearing in mind that we're not in camera.

Ms Guarnieri (Mississauga East): I have no secrets; I'm transparent.

Actually, I'm going to seem like the oddball out here. I'm a firm believer in the economy of words. Because your agenda is so heavily laden, we need discipline in this committee in our timing. I share your frustration. Each of us could have

[*Traduction*]

Le président: Oui, et nous nous efforçons d'intervenir. Pour être juste, le problème ici, c'est que le témoin avait beaucoup d'informations, et c'était des informations utiles. Nous avons couru le risque d'entendre de longs exposés parce qu'il s'agissait d'informations absolument essentielles.

La bonne nouvelle, ou la mauvaise, selon votre point de vue, c'est que vous remarquerez que nous aurons en fait aux séances du matin une demi–heure de plus que l'après–midi, parce que les séances dureront de 9 heures à 11 heures.

M. de Jong: On commencera à 9 heures, et non à 9h30.

Le président: Oui, à 9 heures. Nous siégerons donc de 9 heures à 11 heures. C'est le mercredi après–midi que nous aurons moins de temps parce que la séance ne durera qu'une heure et demie, de 15h30 à peu près jusqu'à 17 heures. Mais nous aurons ensuite deux autres séances de deux heures. Je ne dis pas que ça va régler le problème, mais je crois que nous aurons un peu plus de latitude, et nous demanderons aux témoins d'être brefs. Si vous voulez, je peux être plus ferme: «Monsieur, vous avez 10 minutes, nous vous écoutons.»

M. Hanrahan: Est–ce qu'il est possible de diviser les exposés? En avoir trois de suite, de cette longueur, ça a pris un temps fou.

Le président: Le problème—et c'est pourquoi nous avons ces groupes—c'est que la logique exigerait qu'on ait trois tours de trois, et on n'a pas assez de temps pour ça.

En ayant trois exposés dès le début, pour être franc, j'espérais que les gens laisseraient complètement tomber les témoins trop ennuyeux et concentreraient leur tir sur les sujets qu'ils jugeraient intéressants. On entendrait ainsi plus de gens, mais on ne perdrait pas une heure et demie complète avec des gens qui ne nous apprennent absolument rien. Ces gens auront ainsi leur heure de gloire; ils pourront dire à leurs associations qu'ils ont fait leur petit numéro. C'est la vraie raison pour laquelle nous avons des regroupements, et nous pouvons ainsi interroger sérieusement les membres du groupe, si telle chose est possible.

M. de Jong: D'après ce que je peux voir, nous aurions dû avoir une séance d'information.

Le président: Une séance d'information?

M. de Jong: Oui.

Le président: Nous pouvons siéger à huis clos, si vous voulez. Nous avons déjà dit tout haut ce que nous pensons tout bas. . .

On s'en moque? Est–ce qu'on nous écoute? Bonjour, le monde, c'est nous! Un monde étonné nous écoute.

Albina—rappelez–vous que nous ne siégeons pas à huis clos.

Mme Guarnieri (Mississauga–Est): Je n'ai pas de secret pour personne; je suis transparente.

En fait, ce que je vais vous dire pourrait vous surprendre. Je crois fermement en l'économie de paroles. Étant donné que notre programme est très chargé, le comité doit montrer plus de rigueur dans son emploi du temps. Moi aussi j'en ai assez.

[*Text*]

discussions with our witnesses for hours on end, but we need to discipline ourselves. We are free to interrupt them and say thank you and move on to the next question. We can do it tactfully and with great diplomacy.

I know that Suzanne is very capable and capable of great diplomatic feats.

I personally would like to see more discipline in this committee, because my frustration, to be honest, is that we don't seem to make the rounds and give enough time to everybody to participate.

As Simon has pointed out so aptly, sometimes there are issues that need to be raised again but we never seem to have that quick round so that we might ask for clarification on any of the points. So I personally am a great advocate of keeping our time frame and making good use of that time. I don't think it's the length of time we speak, but what we say.

So I'm certainly going against the flow here, but I think our committee needs more discipline.

The Chairman: Are there any other views on this? I'll try to summarize what we seem to be saying, if there are no other views.

Mr. McKinnon: I've sat on other committees, and I see the questioning in a pattern different from what we have been doing in this committee. As a member of the government side, yes, we have more people, but I seem to get fewer chances to ask questions than a lot of other people I'm facing here. I wonder if that's a practice that you people have sensed in other committee work that you're doing, or is it on this committee only?

Mr. Ianno: Can you clarify that for me; I'm not familiar with the system.

The Chairman: Let me just say what we've been doing, in, of course, the extraordinarily fair–minded way of the government. We've given the first 10 minutes to M^me^ Tremblay, as representing the opposition; the next 10 minutes to Jan Brown; the next 10 minutes over here; and then we've come back here—

An hon. member: [*Inaudible—Editor*].

The Chairman: Well, this is what we've been doing. This is simply history.

Then we've come back here, usually for five minutes, then back here, and from then on we do alternates, backwards and forwards.

I get varying stories as to whether I should go straight from 10 minutes here to 10 minutes there and then back to 10 minutes there. People do it differently. I've perhaps tried to lean over backwards a little bit to be fair to the opposition here. My chief concern is that everybody who wants to get in a question should be able to do so. At least in recent memory, I don't think we've gone many times when people have simply been frustrated by not being able to ask a question. We can certainly speed up the subsequent rounds so we can get a question, a question, rather than five minutes, five minutes.

• 0935

I don't sense, unless I've missed some hands as we sit over here with the pad, that there have been a lot of people been left out there to dry, and we've gone extra time when we've noticed somebody.

[*Translation*]

Chacun de nous pourrait interroger les témoins pendant des heures, mais nous devons nous–mêmes montrer plus de rigueur. Nous avons le loisir de les interrompre, de les remercier, et de passer ensuite à la prochaine question. Nous pouvons le faire avec tact et diplomatie.

Je sais que Suzanne a de grands talents de diplomate.

Personnellement, j'aimerais que le comité montre plus de rigueur parce que, pour être franche, ce qui m'irrite moi, c'est que nous ne donnons pas à tout le monde la chance de participer.

Comme Simon l'a si bien dit, il y a parfois des questions qui doivent être soulevées de nouveau, mais nous ne semblons jamais avoir le peu de temps qu'il faudrait pour demander des éclaircissements. C'est pourquoi je crois qu'il faut respecter notre horaire et bien employer notre temps. À mon avis, le problème ce n'est pas le temps que nous avons, mais ce que nous disons.

Je suis donc sûrement à contre–courant ici, mais je crois que notre comité a besoin de plus de rigueur.

Le président: Avez–vous autre chose à dire à ce sujet? Si c'est tout ce que vous avez à dire, je vais tâcher de résumer la discussion.

M. McKinnon: J'ai siégé à d'autres comités, et nous semblons avoir ici une façon différente de procéder pour l'interrogation des témoins. En tant que député ministériel, je constate que oui, nous sommes plus nombreux, mais il me semble que j'ai moins souvent la chance de poser des questions que nombre de mes amis d'en face. Je me demande si vous avez fait la même constatation dans les autres comités où vous siégez, ou est–ce particulier à notre comité?

M. Ianno: Pouvez–vous nous expliquer la procédure? Je ne connais pas très bien le système.

Le président: Permettez–moi de dire que notre procédure reflète l'extraordinaire esprit de justice du gouvernement. Nous avons accordé les 10 premières minutes à M^me^ Tremblay, qui représente l'Opposition officielle; les 10 minutes qui suivent à Jan Brown; les 10 minutes d'ensuite au Parti ministériel; nous revenons ensuite ici. . .

Une voix: [*Inaudible—Éditeur*].

Le président: Eh bien, c'est ce que nous avons toujours fait. C'est notre histoire.

Nous revenons ensuite à M^me^ Tremblay, habituellement pour cinq minutes, puis nous passons au Parti ministériel, et après on y va chacun son tour.

Il y en a qui procèdent différemment, qui commencent par 10 minutes de ce côté–ci, ensuite 10 minutes de ce côté–là, et ensuite 10 minutes ailleurs. Il y en a qui procèdent différemment. J'ai peut–être voulu en faire un peu trop pour être juste envers l'opposition. La seule chose qui me préoccupe, c'est que chacun puisse poser la question qu'il veut. Récemment, du moins, je ne crois pas que beaucoup de gens aient été frustrés parce qu'ils ne pouvaient pas poser une question. Nous pouvons certainement raccourcir les interventions subséquentes, en donnant aux députés l'occasion de poser une question chacun au lieu de leur allouer cinq minutes.

À moins que je n'aie pas vu quelqu'un lever la main, j'ai l'impression que tout le monde s'est prononcé, et nous avons fait entorse à l'horaire chaque fois que quelqu'un voulait s'exprimer.

[*Texte*]

Mr. Ianno: May I ask the clerk just what the official. . .how it works? Is there such a thing?

The Clerk: It's up to the committee to decide. If you want you could adopt a motion, but you would have to follow it, and some days maybe. . .

Mr. Ianno: No, I guess, just. . .

The Clerk: But it is the discretion of the chair unless there is some kind of formal motion.

Mr. Ianno: I agree with fairness that everyone should be able to participate. I think you shouldn't be penalized if you're on the government side in being able to ask fewer questions.

The Chairman: I don't think anyone. . . I mean, in practical terms I don't think that's been the case.

Mr. Ianno: I'm just asking.

The Chairman: I don't think anyone has been left out to hang.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Further to to Jan and her comment to you, Tony, last week I had a plane to catch and the chair was extremely gracious. He interrupted the proceedings and I was able to ask my question. I got it out in five minutes. I was using the economy of time model.

If we provided a structure that we had to follow based on a motion, it wouldn't work. I have to say I've appreciated John's flexibility here. I agree with you, Glen, that there are times when the government side has not been able to ask as many questions perhaps as you might like and that might be something we would want to pay attention to in the future, because John has been extremely good to us in that regard. I would support any change you might want to make in that way.

The Chairman: Sure. Ms Guarnieri.

Ms Guarnieri: I agree with you. Flexibility sometimes is needed, and it's very appreciated, as in the case you just cited.

I also think we have heavy agendas and schedules and other meetings to attend. So if we're not structured and we're loosey–goosey on this committee, it throws our whole schedule out of whack. From my selfish point of view here, I'd very much appreciate a structured committee so we know that these hours or two hours are designated for this committee. Then we can build our other agenda around it. If we always run overtime on this committee, then it throws my whole day out of whack. So from a very selfish point of view, and I know everybody else is busy around this table, I'm sure a more disciplined committee would be quite appropriate.

Mr. Ianno: If I could just comment, Jan, I was not referring to special circumstances. It had nothing to do with that. All I'm asking is just the normal pattern so that everyone can participate fairly and equally. Of course, if you're catching a plane, please ask even more than five minutes.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Mr. Ianno, in response to that, it was really hard for our committee to get going in the early stages. I think we have evolved into something that's a more effective working unit. It was really tough for those first

[*Traduction*]

M. Ianno: La greffière pourrait–elle nous dire ce que le haut fonctionnaire. . . Comment cela fonctionne–t–il? Cela existe–t–il?

La greffière: Il incombe au comité de décider. Si vous voulez, vous pourriez adopter une motion, mais il faudrait vous y conformer, et certains jours peut–être. . .

M. Ianno: Je pense que non, tout simplement. . .

La greffière: C'est à la discrétion du président, à moins que l'on adopte officiellement une motion.

M. Ianno: Je conviens que tout le monde devrait être en mesure de participer. Je pense que les députés du gouvernement ne devraient pas être défavorisés quand il s'agit de poser des questions.

Le président: Je ne pense pas que quiconque. . . En pratique, je ne pense pas que tel ait été le cas.

M. Ianno: Ce n'est qu'une question.

Le président: Je ne pense pas que quelqu'un ait été laissé pour compte.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je reviens à ce que Jan a dit à Tony, en vous rappelant que la semaine dernière, je devais prendre l'avion, et le président a été extrêmement bienveillant. Il a interrompu les délibérations pour me permettre de poser ma question. Je l'ai fait en cinq minutes. J'ai essayé de gagner du temps.

Si nous adoptons une procédure fondée sur une motion, cela ne fonctionnera pas. Je dois dire que j'ai apprécié la flexibilité dont John a fait preuve. Je conviens avec Glen que parfois, les députés du gouvernement n'ont pas pu poser autant de questions qu'ils auraient voulu en poser, et il faudrait que nous soyons plus attentifs à l'avenir, car John nous a vraiment favorisés à cet égard. J'accepterai donc toute mesure visant à corriger cette situation.

Le président: Très bien. Madame Guarnieri.

Mme Guarnieri: Je suis d'accord avec vous. Parfois, la souplesse est nécessaire, et elle est très appréciée comme dans le cas que vous venez de mentionner.

Je pense aussi que nos programmes et nos ordres du jour sont très chargés, et nous devrons assister à d'autres réunions. Par conséquent, si nous ne sommes pas bien organisés, notre programme sera complètement déréglé. À mon avis, il faudrait donc que notre comité soit bien structuré pour que nous sachions si nous disposerons d'une heure ou de deux afin d'élaborer l'ordre du jour en conséquence. Si nous dépassons toujours le temps qui nous est imparti, cela va désorganiser complètement ma journée. Par conséquent, du point de vue strictement personnel, et je sais que tout le monde autour de cette table est occupé, je suis sûre qu'un comité plus discipliné serait plus efficace.

M. Ianno: Si vous permettez, Jan, je ne faisais pas allusion à des circonstances exceptionnelles. Absolument pas. Je demandais simplement qu'en général, on permette à tout le monde de participer de façon juste et équitable. Bien entendu, si vous avez un avion à prendre, vous pouvez même demander plus de cinq minutes.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Monsieur Ianno, en guise de réponse, je dirais qu'au début, il a été très difficile pour notre comité de démarrer ses travaux. Je pense que nous avons réussi à mettre en place un mécanisme au fonctionnement plus

[*Text*]

few weeks to really come together and determine how we were going to work well together. I don't even know if we've reached a kind of a rhythm where we really are the best we can be at this point. But in all fairness to John, or to the chair, I think we have the structure, at least the beginnings of a model, to go forward from this point.

Mr. Ianno: I'm glad the opposition is defending you, John.

Some hon. members: Oh, oh.

The Chairman: Look, it's either that or I bring in my mother as a witness.

Mme Tremblay: Le seul commentaire que je voulais ajouter, c'est que j'ai la conviction que le parti au pouvoir n'a pas du tout manqué de temps. Je peux vous dire, et je ne sais pas comment on peut l'interpréter, qu'on ne voyait jamais les mêmes visages devant nous et cela a été le plus gros problème de notre Comité. Il y a eu un nombre astronomique de substituts qui sont venus pour le parti ministériel.

Il y avait des permanents qu'on reconnaissait en face de nous, mais la plupart du temps,il y avait au Comité plus de personnes inconnues que de personnes connues. Il est certain que, si on ne suit pas le dossier de Radio–Canada, il est bien difficile d'arriver pour une séance et de poser des questions, si on a manqué les deux séances précédentes. C'est un problème que nous avons vécu et c'est frustrant. Je pense qu'on a pris maintenant notre vitesse de croisière et que j'avais probablement perdu de vue le fait que je pouvais réorienter les questions.

• 0940

Je n'en abuserai pas mais si cela se présente, j'utiliserai la technique de dire que ce n'est pas la question que j'ai posée. Est–ce que vous pourriez répondre? Cela me satisferait.

The Chairman: I still will attempt to summarize at the end of the comments.

Mr. Pagtakhan: When the witness is the minister being examined on the estimates, I think there has been consensus in the past that the useful tradition of ten minutes for each of the opposition one, opposition two, and the government side, in that sequence, and the next five minutes in that sequence, appears to have worked well.

However, when the witness is on a study, if you are looking at a particular project, then the first sequence of ten, ten, ten still holds as a part of the tradition. Some committees have made it a free flow thereafter. At that time the members of the government side, in the spirit of equal participation, are given equal weight to the opposition. In that sense there is a real balance, because then you're not examining a minister of the government.

The Chairman: So the difference between the two situations occurs after the first three ten–minute segments.

Mr. Pagtakhan: Yes.

The Chairman: When it's the minister you're much more formal. You keep on with formality.

Mr. Pagtakhan: Yes. It's something the committee could consider as a guideline.

[*Translation*]

efficace. Au cours des premières semaines, il nous a été vraiment difficile de trouver le moyen de bien travailler ensemble. Je ne sais même pas si nous avons atteint un rythme de travail vraiment optimal. Cependant, en toute équité envers le président, je pense que nous avons la structure, ou au moins la base d'un mode de fonctionnement qui nous permet d'avancer.

M. Ianno: John, je suis ravi que l'opposition vous défende.

Des voix: Oh, oh.

Le président: Écoutez, ou l'opposition me défend, ou je fais comparaître ma mère comme témoin.

Mrs. Tremblay: The only comment I wanted to add is that I am convinced that the party in power had all the time it wanted. I can tell you, and I don't know how it can be interpreted, that we hardly saw the same faces before us, and that has been the biggest problem in this committee. There has been a tremendous number of substitutes who came for the government party.

There were some regular members that we recognized on the other side, but most of the time, most of the people who were sitting there were unknown to us. Obviously, if you do not follow the CBC issue, it is very difficult to come at a meeting of this committee and ask questions, especially if you have missed the two previous sessions. It is a problem that we have had, and it is frustrating. I think that we have now reached our cruising speed and that I had probably overlooked the fact that I could reorient the questions.

I won't abuse it, if need be, I will use the technique of saying that it is not the question which I asked. Could you answer me? I would like that.

Le président: J'essaierai de faire une synthèse à la fin de vos observations.

M. Pagtakhan: Quand un ministre comparaît au sujet du budget, nous donnons 10 minutes à chacun des trois partis pour la première série de questions, et cinq minutes pour la seconde; jusqu'ici, nous sommes d'accord sur le fait que ce système a bien fonctionné.

Cependant, quand un témoin comparaît sur un sujet donné, nous donnons toujours 10 minutes à chacun des partis pour la première série de questions. Certains comités laissent libre cours à la discussion par la suite. À ce moment–là, afin d'assurer une participation équitable, les députés du gouvernement obtiennent le même temps de parole que les autres. Dans cette mesure, il y a vraiment un équilibre, car le témoin n'est pas un ministre.

Le président: Ainsi donc, la différence entre les deux systèmes survient après la première série de questions.

M. Pagtakhan: En effet.

Le président: Quand le témoin est un ministre, la procédure est beaucoup plus officielle. On suit le protocole.

M. Pagtakhan: Oui. Le comité pourrait procéder de cette façon.

[*Texte*]

The Chairman: So after the first ten, ten, ten, then we can move into a free form, one question, a follow up, and play it a little more loosely?

Mr. Pagtakhan: Five, five, five.

The Chairman: I think I've basically been doing that once the ten, ten, ten has happened. I've been doing five, five, five.

Mr. de Jong: While you were getting all the flowers I did have one bitch, or beef.

The Chairman: I haven't been getting flowers.

Mr. de Jong: When the CBC people were here the last time and I was asking about Veilleux I thought you left them off the hook. I thought your comments allowed him to escape underneath the fence, so to speak, without really staying to answer the question.

The Chairman: My difficulty with that line of questioning about Mr. Veilleux was that I felt comfortable in allowing the CBC to talk about those aspects of his career which dealt with his time at CBC but I didn't think it was proper for them to discuss what happened to his subsequent career because, simply, all of us could speculate. I didn't think it was fair to him, either.

I also think, in fairness to Mr. Veilleux, and this is a very specific situation, we should send him a transcript so he may be allowed to defend himself, on paper or any other way. I just felt it wasn't fair to a person who wasn't here for the questioning to go along too long after he left the corporation. Nor was it fair for the corporation to expect them to defend him afterwards in his post–CBC career. I thought they could certainly tell us about what he did while he was at the corporation. That was fair. That was the sense of my intervention. It was really fair play.

Mr. de Jong: My questions were more in terms of the ethics and the ethics standards and do they apply to the CBC. It wasn't going after individuals. I never have and I hate doing that. I wasn't really going after him. I was going after the CBC. Are they applying the same ethics standard? Was this ethics standard applied in this case?

In fact, one of the witnesses who appeared before us this last week has since commented to me and said "keep asking those questions, because those are the questions being asked within the CBC, too".

The Chairman: I think those are questions where there's a legitimate follow up with a written question. In other words, that's something we can also do, which is to say we have it on the record and we would like the answer to this in written form. I wouldn't hesitate there. Please direct anything that we can do in that regard.

Understanding it's a great pleasure for this committee to keep on chatting about itself—this is a 10–minute meeting which is now 45 minutes—and you're asking for discipline, let me attempt to summarize where we are.

[*Traduction*]

Le président: Si je comprends bien, après la première série de questions, nous pouvons donc procéder à un échange un peu plus informel?

M. Pagtakhan: Nous pouvons allouer cinq minutes à chaque parti.

Le président: C'est essentiellement ce que nous faisons; nous donnons d'abord 10 minutes aux partis, et ensuite nous leur en donnons cinq.

M. de Jong: Pendant que vous receviez toutes les fleurs, j'avais une préoccupation

Le président: Je n'ai pas reçu de fleurs.

M. de Jong: La dernière fois que les représentants de Radio–Canada étaient ici et que je posais des questions sur M. Veilleux, je pense que vous les avez tirés d'affaire. Vos observations leur ont permis de s'esquiver, pour ainsi dire, sans vraiment répondre à la question.

Le président: En ce qui concerne vos questions sur M. Veilleux, je voulais bien permettre aux témoins de parler des aspects de sa carrière relatifs à la SRC, mais j'ai estimé qu'il était déplacé d'aborder ses activités ultérieures pour la simple raison que nous pourrions tous spéculer à ce sujet. J'ai pensé que cela ne serait pas juste non plus.

Pour être juste envers M. Veilleux, et c'est une situation très singulière, je pense aussi que nous devrions lui envoyer une transcription de nos délibérations afin qu'il puisse se défendre, par écrit ou autrement. J'ai pensé tout simplement qu'il n'était pas juste de poser indéfiniment des questions sur une personne qui était absente et qui avait quitté la société depuis longtemps. Il n'était pas juste non plus de s'attendre à ce que la société défende M. Veilleux dans ses activités ultérieures. Les témoins pouvaient certainement nous dire ce qu'il a fait pendant qu'il travaillait à la société. C'était juste. Tel était le sens de mon intervention. C'était tout à fait normal.

M. de Jong: Mes questions portaient davantage sur la déontologie et les normes déontologiques au sein de la SRC. Je ne m'attaquais pas à des particuliers. Je ne l'ai jamais fait et je n'aime pas le faire. Je ne m'en prenais vraiment pas à M. Veilleux. Je m'en prenais à la SRC, et je me demandais si elle appliquait les mêmes normes déontologiques, et si ces normes s'appliquaient dans un secteur précis.

En fait, l'un des témoins que nous avons reçus la semaine dernière m'a demandé de continuer à poser les mêmes questions, car ce sont des questions que l'on est en train de se poser également au sein de la société.

Le président: Je pense qu'il y a lieu de poser des questions supplémentaires par écrit. Autrement dit, nous pouvons aussi le faire, ce qui veut dire que nous l'avons dans nos procès–verbaux et que nous voulons une réponse écrite. À ce moment–là, je n'hésiterai pas. Veuillez donc nous faire des suggestions à cet égard.

Étant donné que nous avons beaucoup de plaisir à parler de nous–mêmes—cette réunion était censée durer 10 minutes, mais nous en sommes à 45—et que vous demandez de la discipline, permettez–moi de résumer nos délibérations.

[*Text*]

[*Translation*]

• 0945

With your permission, unless I hear loud screams to the contrary, given the fact that two out of our three sessions are going to go an extra half hour anyway—I think this is going to give us more breathing room—I propose that for the moment we continue the tradition of ten, ten, ten, five, five, five, five, and I have to be a little creative to get Simon in there as well.

Within the ten minutes and within the five minutes, I will allow—unless it's outrageous—you to interrupt the witness if you feel you're not getting anywhere, it's getting on, and you'd like your question answered. You're self–directed during the ten–minute period so you can do that. But that will also require discipline on the part of the members to limit their opening statements. I will try to keep my interventions to a minimum unless I really feel we're barracking the witness in some way and the situation is difficult. If that's okay with everyone, I think that's what we'll continue doing. I don't hear any screams.

Ms Guarnieri: Do we receive the questions prepared by the library the day before, or on the day? Do they go to our offices? Forgive my ignorance on this.

Mr. René Lemieux (Committee Researcher): The last three or four meetings were briefing sessions given by the CBC, so we did not prepare briefing notes. But hopefully, for every witness or group of witnesses you'll be receiving briefing notes.

Ms Guarnieri: So we should receive briefing notes for tomorrow's witness in our office today.

One other quick question about the transcripts. Do we have any deadline for when the transcripts will be ready from past meetings?

The Clerk: Do you want to receive the transcripts? Because some are ready, and some are not. Does everyone wish to receive transcripts?

The Chairman: There's one caveat that has to be said here. There are the quick and dirty transcripts that come immediately, versus the tidied up and translated transcripts, because the translation delays the process.

The Clerk: Yes. It takes two weeks.

The Chairman: If you don't mind getting them in the original language, is that okay?

The Clerk: It's not that quick. It takes three days.

The Chairman: We have a three–or four–day gap at the best of times, even for the blues. The translated version takes two weeks. The sooner the better. I don't see any dissension. It's a wonderful unified committee.

Are there any other questions or matters of business? Welcome to the new person, Tony. Hugh has already been welcomed, and Christiane has been welcomed too. I look forward to working with you again. Thank you for re–electing me. I'm going to keep running for office here.

Avec votre permission, et à moins que je n'entende des pleurs et des grincements de dents, étant donné que deux séances sur trois dureront quand même une demi–heure de plus—je pense que cela va nous donner une plus grande marge de manoeuvre—je propose que pour le moment, nous maintenions la tradition qui consiste à avoir une première série de questions de 10 minutes et une seconde série de questions de cinq minutes; et je dois faire preuve de créativité pour amener Simon à accepter cette proposition.

Pendant la période des questions, je vais vous permettre—à moins que cela ne soit excessif—d'interrompre le témoin si vous estimez qu'il tourne en rond, que c'est long, et si vous voulez qu'il répondre à votre question. Pendant la période de 10 minutes, vous pouvez faire ce que vous voulez. Cependant, vous devrez également faire preuve de discipline en limitant les préambules. J'essaierai de réduire mes interventions au strict minimum, sauf si j'ai l'impression que nous harcelons le témoin d'une certaine manière et que la situation devient difficile. Si tout le monde est d'accord, nous allons continuer à procéder de cette façon. Personne ne proteste.

Mme Guarnieri: Les questions préparées par la Bibliothèque du Parlement nous parviendront–elles la veille ou le jour même? Parviennent–elles à nos bureaux? Excusez mon ignorance.

M. René Lemieux (recherchiste du comité): Les trois ou quatre dernières réunions étaient des séances d'information données par la SRC; par conséquent, nous n'avons donc pas préparé de notes d'information. Cependant, nous espérons vous en préparer pour chaque témoin ou groupe de témoins.

Mme Guarnieri: Ainsi donc, nous allons recevoir des notes d'information pour le témoin de demain dans nos bureaux aujourd'hui.

Brièvement, une autre question sur la transcription. Y a–t–il un délai pour la transcription des réunions précédentes?

La greffière: Voulez–vous recevoir les transcriptions? Certaines sont prêtes, et d'autres ne le sont pas. Tous les membres du comité veulent–ils recevoir des transcriptions?

Le président: En cette matière, il n'y a pas de règle générale. Les transcriptions rapides et non révisées sont produites immédiatement par rapport à la version révisée et traduite, car la traduction retarde le processus.

La greffière: En effet, cela prend deux semaines.

Le président: Si cela ne vous dérange pas de les obtenir dans la langue d'origine, pouvez–vous nous les fournir?

La greffière: Il faut quand même attendre trois jours.

Le président: Au mieux, il y a un délai de trois ou quatre jours, même pour les bleus. La version traduite sort deux semaines plus tard. Le plus tôt sera le mieux. Je ne vois aucune dissension. Notre comité est merveilleusement unanime.

Y a–t–il d'autres questions? Je vous souhaite la bienvenue à titre de vice–président, Tony. Je l'ai déjà fait pour Hugh et Christiane. Ce sera un plaisir de travailler encore avec vous. Je vous remercie de m'avoir réélu. J'essaierai d'être digne de votre confiance.

[*Texte*]

The meeting is adjourned.

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Wednesday, October 5, 1994

[*Traduction*]

La séance est levée.

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le mercredi 5 octobre 1994

• 1535

The Chairman: If I may summon us to order, we will have a fairly busy day. I want to welcome everybody to yet another room that we've never been in before, and I want to congratulate you for finding it.

The afternoon is divided into two sections. We've changed the order a little bit. We've actually brought in an expert witness ahead of all those other expert witnesses, in the form of Mr. Ray Peters, whose biography I think was circulated to you. At 4:15 p.m., or shortly thereafter, we'll be hearing from both the Canadian Film and Television Production Association and the Directors Guild.

In the interests of time, look to having seven minutes of questions this round and seven minutes the next. Otherwise we're going to be very much pushed to get through our agenda.

My first announcement, and I guess we should repeat this to Mrs. Tremblay when she comes, is that we will not have tomorrow on our panel the Association des réalisateurs et réalisatrices de film du Québec, but we do have two others on the panel so we will not be bereft.

The second thing to announce concerns the departmental estimates and priorities, which were supposed to come to us, as you recall, this Monday. You may recall that the committee passed a resolution asking for the spending plans of the department some time ago. We have just had word from the minister that those will be here tomorrow, so that we will have those to go on. We're not badly over our deadline. That's it for the housekeeping matters.

I want to welcome Ray Peters. We in the Liberal Party, of course, are very much concerned with red books, but for whatever reason, Mr. Peters helped produce a book that is blue.

An hon. member: Hear, hear!

The Chairman: He's brought his copy and I've got mine, so we can sort of sing from the same songbook here.

• 1540

Given your tremendous interest in the subject of financing the CBC and television generally, I would invite you to speak to us. Thank you for coming from such a distance.

Mr. J.R. Peters (Individual Presentation): Thank you, Mr. Chairman and members of the committee.

I am commonly referred to as a retired broadcaster. I really don't feel retired, but I am.

Le président: La séance est ouverte. Nous avons un après-midi assez chargé. Je souhaite à tous la bienvenue dans cette salle où notre comité ne s'était pas encore réuni et je vous félicite de l'avoir trouvée.

L'après-midi est divisé en deux. Nous avons légèrement modifié l'ordre de comparution. Nous avons en fait invité un expert à comparaître avant tous les autres. Il s'agit de M. Ray Peters, dont nous avons déjà distribué la biographie, sauf erreur. Vers 16h15 environ, nous entendrons le témoignage des représentants de l'Association canadienne de production de film et de télévision et de la Guilde des réalisateurs.

Afin d'avancer au maximum dans le temps qui nous est imparti, il y aura deux tours de questions de sept minutes chacun. Autrement, nous aurons beaucoup de mal à boucler notre ordre du jour.

J'ai une première annonce à faire et je la répéterai lorsque M^me^ Tremblay sera arrivée: Demain, nous n'entendrons pas le témoignage de l'Association des réalisateurs et réalisatrices de films du Québec, mais les deux autres groupes prévus comparaîtront, de sorte que nous aurons quand même du pain sur la planche.

Ma deuxième annonce porte sur les prévisions de dépenses et priorités du ministère, qui étaient censées nous être envoyées lundi dernier, comme vous vous en souvenez sans doute. Je vous rappelle que le comité a adopté une résolution il y a quelque temps dans laquelle il demandait qu'on lui soumette les plans de dépenses du ministère. Nous venons d'apprendre du Cabinet du ministre que ces documents nous seront envoyés demain et nous pourrons donc commencer leur étude. Nous ne sommes pas trop en retard sur notre échéancier. Voilà pour les questions de routine.

Je tiens à souhaiter la bienvenue à Ray Peters. En tant que député du Parti libéral, nous avons évidemment un faible pour les livres rouges, mais pour une raison qui m'échappe, M. Peters a collaboré à la publication d'un ouvrage à couverture bleue.

Une voix: Bravo!

Le président: Il a apporté son exemplaire et j'ai le mien, ce qui nous permettra d'être au diapason.

• 1540

Étant donné le très vif intérêt que vous portez au financement de Radio-Canada et de la télévision en général, je vous invite à prendre la parole. Merci d'être venu de si loin pour nous voir.

M. J.R. Peters (présentation individuelle): Merci, monsieur le président et mesdames et messieurs les membres du comité.

On dit souvent de moi que je suis un radiodiffuseur à la retraite. Je n'ai vraiment pas l'impression d'être retraité, mais c'est effectivement le cas.

[*Text*]

Upon reviewing the guidance document for a review of the role of the CBC in a multi–channel universe, I observed that many of the matters you will be dealing with you in your deliberations were also dealt with in the report of the May 1991 Task Force on the Economic Status of Canadian Television. Many of your committee members will probably assume it is all ancient history, but I read it again the other day and many of the points in it are very relevant to what is going on today.

I also think that as your deliberations unfold, you will find it almost impossible to deal with one part of the broadcasting industry without affecting the entire spectrum. I suggest you keep that in mind.

You will find that I'll switch from the private sector to the public sector. While your concern is the CBC, I think you should keep in mind that the private sector will be affected by anything your committee decides.

In the fall of 1990, the television industry's pot of gold at the so–called communications rainbow was starting to look very tarnished. Many private television stations in Canada were beginning to lose a great deal of money. Some of them—in Montreal specifically—looked as though they were going to go out of business.

The situation was so serious that the minister at the time set up an independent task force to investigate the economic status of conventional television and make recommendations as to possible solutions. The independent five–member task force began its work in October 1990 with a public call for written submissions. We delivered our report on time and on budget. Having done that, we'll probably never be asked to do another thing.

We met with 130 industry and public representatives. The written and oral briefs we received were very positive and impressive.

The seriousness and depth with which the respondents addressed the then current economic condition of the Canadian television industry was confirmed by Statistics Canada figures that described the downward trend of the economic status of Canadian private television over the preceding six years. That can be described best on page 22 of our report, where a table shows the downward trend of the bottom line of most of the television stations.

Within a few months after filing our report, Statistics Canada confirmed that for 1991 the Canadian television industry had lost $70.5 million, supporting the task force predictions outlined in detail in our given report. If this trend was to be reversed, significant changes would be required.

In our report we listed some 44 specific recommendations, which were posed as possible solutions. Obviously I don't propose to go through all 44 recommendations today, but you might be interested to know that the Department of Communications at that time confirmed that 31 of the recommendations had been carried out.

What was the reason for this serious turnaround? There appeared to be several reasons for this dilemma, but the main reason was the flood of American signals that had been added to the cable systems. Also, the CRTC had licensed about 34 new

[*Translation*]

En examinant le document d'orientation intitulé «Examen du rôle de la SRC dans un environnement multicanal», j'ai remarqué que bien des questions que vous aborderez au cours de vos délibérations ont été traitées dans le rapport du Groupe de travail sur la situation économique de la télévision canadienne de mai 1991. Cela paraît peut–être bien lointain à bon nombre d'entre vous, mais j'ai relu ce rapport l'autre jour et nombre des points qu'il renferme sont tout à fait en rapport avec la discussion d'aujourd'hui.

Je pense également qu'au cours de vos délibérations, vous constaterez qu'il est pratiquement impossible d'examiner un secteur de l'industrie de la radiodiffusion sans tenir compte des autres, et je vous demande de ne pas l'oublier.

Vous constaterez que je vais passer du secteur privé au secteur public. Même si votre étude porte principalement sur Radio–Canada, vous ne devez pas oublier non plus que le secteur privé sera touché par les décisions éventuelles de votre comité.

L'automne 1990 a marqué la fin des années florissantes de l'industrie de la télévision et de nombreuses stations de télévision privées au Canada ont commencé à perdre beaucoup d'argent. Certaines d'entre elles—à Montréal surtout—avaient l'air d'être le point de faire faillite.

La situation semblait suffisamment grave pour que le ministre de l'époque charge un groupe de travail indépendant d'enquêter sur la situation économique de la télévision conventionnelle et de faire part de ses recommandations. Le Groupe de travail indépendant, formé de cinq membres, a entrepris ses travaux en octobre 1990 en commençant par une consultation publique. Nous avons présenté notre rapport dans les délais prévus et sans dépassement de budget. Je suppose qu'on ne nous demandera sans doute jamais plus de faire une autre étude.

Nous avons rencontré 130 représentants des secteurs public et privé. Les mémoires tant écrits qu'oraux que nous avons reçus étaient positifs et impressionnants.

La gravité de la situation économique de l'industrie de la télévision canadienne qu'avaient mentionnée les participants à l'époque a été confirmée par des données de Statistique Canada qui décrivaient la tendance à la baisse de la situation économique de la télévision privée canadienne au cours des six années précédentes. Nous présentons à la page 22 de notre rapport un tableau indiquant la tendance à la baisse du chiffre d'affaires de la plupart des stations de télévision.

Quelques mois après avoir soumis notre rapport, Statistique Canada a indiqué que l'industrie de la télévision canadienne avait perdu 70,5 millions de dollars en 1991, ce qui venait renforcer les prévisions du Groupe de travail décrites en détail dans notre rapport. Pour inverser cette tendance, certains changements importants s'imposaient.

Notre rapport contenait 44 recommandations spécifiques visant à résoudre les problèmes. Je n'ai évidemment pas l'intention de passer en revue les 44 recommandations aujourd'hui, mais je signale pour votre gouverne que le ministère des Communications de l'époque a confirmé que 31 d'entre elles avaient été mises en oeuvre.

À quoi était dû ce revirement fondamental? Plusieurs raisons expliqueraient ce dilemme économique, mais la raison principale a été le grand nombre de signaux américains qui se sont ajoutés aux systèmes de câblodistribution. En outre, le

[*Texte*]

television services in less than 9 years. From 1982 they licensed 8 pay television services, 14 speciality channels, 2 pay-per-view television services, and from 1985 new television stations in 10 Canadian cities were established. The bottom line is that there was simply not enough strength in the advertising market to support all of that service in that short period of time.

[*Traduction*]

CRTC avait octroyé une licence d'exploitation à environ 34 nouveaux services de télévision en moins de 9 ans. Depuis 1982, 8 chaînes de télévision payante, 14 chaînes spécialisées et 2 services de télévision à la carte ont obtenu une licence et, depuis 1985, on a établi de nouvelles stations de télévision dans 10 villes canadiennes. En un mot, le marché de la publicité n'avait pas les reins suffisamment solides pour soutenir un si grand nombre de nouveaux services en si peu de temps.

• 1545

In view of this the task force recommended a moratorium be imposed on the licensing of new television services for a period of three years. This recommendation was implemented by the CRTC.

Le Groupe de travail a donc recommandé qu'on impose un moratoire sur l'octroi de licences à de nouveaux services de télévision pour une période de trois ans. Le CRTC a mis en oeuvre cette recommandation.

To consider what was happening to the Canadian Broadcasting Corporation at that time...the CBC struggled just as much as the private stations to keep its head above water. Examination of the CBC's annual report for the period under study revealed that parliamentary appropriations increased at a yearly average rate of 3.4% before accounting for inflation. Operating revenues, mainly derived from advertising, recorded a strong average growth of 14%. This was much stronger than the private television sector, which recorded a growth of 7.3%. Operating expenses increased at a pace of only slightly ahead of inflation, which was 6.1% per year.

Examinons maintenant comment se portait la Société Radio-Canada à l'époque. Elle tentait de survivre au même titre que les stations privées. Un examen des rapports annuels de la SRC pour la période visée par l'étude a révélé que les crédits parlementaires ont augmenté en moyenne de 3,4 p. 100 par an sans tenir compte de l'inflation. Par ailleurs, les revenus d'exploitation, dérivés principalement de la publicité, ont connu une forte croissance moyenne de 14 p. 100, par rapport à une croissance moyenne de seulement 7,3 p. 100 pour la télévision privée. Quant aux coûts d'exploitation, ils ont augmenté en moyenne de 6,1 p. 100 par an, soit à un rythme légèrement plus élevé que l'inflation.

Operating revenues in 1990 accounted for more than 27% of the operating expenses, compared to 20.3% in 1986, while parliamentary appropriation as a percentage of operating expenses decreased from 76.6% to 65%. This confirms the growing importance of advertising revenues needed by the CBC in order to balance its budget.

Les revenus d'exploitation de 1990 comptaient pour plus de 27 p. 100 des coûts d'exploitation, comparativement à 20,3 p. 100 en 1986, alors que les crédits parlementaires, par rapport aux coûts d'exploitation, ont été ramenés de 76,6 à 65 p. 100. Cela confirme donc l'importance grandissante des recettes publicitaires dont a besoin la SRC pour équilibrer son budget.

Television expenses accounted for 68% of the total operating expenses each year, of which programming absorbed 85% and distribution 15%, indicating once again a much higher level of program expense than in the private sector.

Les dépenses liées à la télévision ont compté pour 68 p. 100 des coûts d'exploitation totaux chaque année, la programmation absorbant 85 p. 100 des coûts et la distribution, 15 p. 100. Les dépenses liées à la programmation sont donc beaucoup plus élevées que celles du secteur privé.

In the light of this, the task force recommended that in the best interests of the Canadian broadcasting system, the CBC should receive adequate, ongoing and stable public funding to enable it to fulfil its mandate to the Canadian people. Multi-year funding is essential to enable the CBC to plan and manage their operations more effectively and efficiently. The task force believed that a revolving three-year funding plan for the CBC would be reasonable. A five-year plan would be better for ongoing planning, but three years we felt was at least acceptable.

Ainsi, dans l'intérêt du système de radiodiffusion canadien, le Groupe de travail a recommandé que la SRC reçoive des crédits réguliers, stables et adéquats pour respecter son engagement envers le peuple canadien. Son financement doit s'étaler sur plusieurs années de manière que la Société puisse planifier et gérer ses activités de façon plus efficace et plus efficiente. Le Groupe de travail estimait raisonnable d'établir pour la SRC un plan de financement renouvelable triennal. Un plan quinquennal aurait certes mieux valu pour la planification permanente, mais on a jugé qu'un plan triennal était au moins acceptable.

In our meetings with the CBC, we observed that their growing need for advertising revenues was starting to compromise the cultural objectives of the programming mandate: high-quality programs Canadians rightfully expect and deserve from their public broadcaster. The task force stated that the CBC should re-establish its former cultural and social ascendancy and rekindle its interest in the performing arts that it had all but abandoned, stir a public debate on the critical

Au cours de nos réunions avec la SRC, nous avons remarqué que son besoin croissant d'obtenir des revenus publicitaires commençait à compromettre les objectifs culturels de son mandat de programmation: les Canadiens ont tout lieu de s'attendre à une programmation de grande qualité de la part de leur station publique. Le Groupe de travail a indiqué que la SRC devait réétablir son ascendant culturel et social d'antan, raviver son intérêt pour les arts du spectacle, qu'elle a

[*Text*]

issues of our rapidly changing society and once again serve as a beacon for the cultural enlightenment of all Canadians.

In a bid to reduce the CBC's dependence on advertising revenues, the task force recommended that the CBC should be required to reduce its commercial content from 12 to 8 commercial minutes per hour. This has not been carried out by the CBC for obvious reasons, because they're concerned about their advertising revenue. The CBC continues to schedule programs that are commercially acceptable rather than re–establishing programs of cultural acceptability, as described in the cultural objectives of their mandate.

The CBC, the CRTC, and the private television industry, as a condition of their CRTC licences, are preoccupied with drama production to the near exclusion of other performing arts, including symphony, opera and dance. The reason for this of course is that drama has become commercially very acceptable on television and most other performing arts are not.

The CBC should be responsible, under their cultural mandate, to schedule programs that feature other Canadian performing art forms. The only source of cultural entertainment for Canadians at present is the public broadcasting service in the United States, where at any one time you can see the American symphony orchestras, the Boston Pops, the New York Symphony Orchestra. Last Wednesday the Cleveland Symphony Orchestra appeared in Albert Hall in London, England.

• 1550

Canadians do not have an opportunity to see our excellent symphony orchestras on television: the Montreal Symphony Orchestra, the Toronto Symphony Orchestra, or my first love, of course, the Vancouver Symphony Orchestra.

I do not, as I said earlier, propose to review all 44 recommendations. I do, however, want to recommend that your standing committee read our report. I think it will serve as a good briefing paper on the background of the industry.

I believe one of the most significant recommendations dealt with an industrial strategy, which is one of our recommendations. The idea of an industrial strategy has been discussed for a long time, but never, it seemed to us, was it expressed by television broadcasters, both private and public, producers, directors, and trade unions alike, with such clarity, insistence, and urgency as in the course of our consultations.

One of the elements of the proposed industrial strategy should be to define the role each sector of the broadcasting industry would perform or fulfil in order to achieve the objectives of the Broadcasting Act. The 1990 cable companies were getting into the radio and television business, and conventional television broadcasters were getting into cable, pay–TV, and specialty television businesses. Now you have program producers getting involved with specialty television business.

[*Translation*]

pratiquement abandonnés, et ranimer le débat public sur les enjeux critiques auxquels fait face notre société en évolution rapide. Enfin, encore une fois, la SRC devrait porter le flambeau de l'édification culturelle de tous les Canadiens.

Dans une tentative pour amener la SRC à moins dépendre des revenus publicitaires, le Groupe de travail a recommandé que la Société soit tenue de ramener son contenu commercial de 12 à 8 minutes par heure. Comme on peut s'en douter, la SRC n'a pas tenu compte de cette recommandation car elle ne veut pas perdre ses recettes publicitaires. La Société continue de présenter des émissions qui sont commercialement acceptables plutôt que de ré–établir des émissions culturellement acceptables, de la façon décrite dans les objectifs culturels de son mandat.

La SRC, le CRTC et l'industrie de la télévision privée, comme condition préalable à l'octroi d'une licence par le CRTC, se concentrent sur les productions dramatiques pratiquement au point d'exclure toute autre forme d'arts du spectacle, y compris les symphonies, l'opéra et la danse. La raison est simple: les émissions dramatiques sont devenues commercialement acceptables pour la télévision alors que les autres formes d'arts du spectacle ne le sont pas.

La SRC devrait être responsable, en vertu de son mandat culturel, de diffuser des émissions qui présentent d'autres formes d'arts du spectacle au Canada. La seule source de divertissement culturel auquel ont accès les Canadiens est le Public Broadcasting Service des États–Unis, qui diffuse régulièrement les productions d'orchestres symphoniques américains, comme le Boston Pops ou le New York Symphony Orchestra. Mercredi dernier, le Cleveland Symphony Orchestra était en spectacle au Albert Hall de Londres, en Angleterre.

Les Canadiens n'ont pas la possibilité de voir les orchestres canadiens jouer à la télévision: l'Orchestre symphonique de Montréal, l'Orchestre symphonique de Toronto ou celui qui me tient évidemment le plus à coeur, l'Orchestre symphonique de Vancouver.

Comme je l'ai dit plus tôt, je n'ai pas l'intention de passer en revue les 44 recommandations du Groupe de travail. Je recommande toutefois que votre comité permanent lise notre rapport. Il servira de bon document d'orientation sur l'historique de l'industrie.

Je crois que l'une des recommandations les plus importantes traitait d'une stratégie industrielle. L'idée d'une stratégie industrielle fait l'objet de discussions depuis longtemps, mais jamais, semble–t–il, les stations de télévision privées et publiques, les producteurs, les réalisateurs et les syndicats n'en ont parlé avec autant de clarté, d'insistance et d'urgence qu'au cours de nos consultations.

L'un des éléments de la stratégie industrielle proposée devrait être de définir le rôle que jouerait chaque secteur de l'industrie de la radiodiffusion afin de réaliser les objectifs culturels de la Loi sur la radiodiffusion. En 1990, les compagnies de câblodistribution ont tenté leur chance sur le marché de la radio et de la télévision, et les stations de télévision conventionnelles sur celui de la câblodistribution, de la télévision payante et de la télévision spécialisée. Maintenant, les

[*Texte*]

You have cable companies getting into television, publishing, satellite, telephone, and computer business. You have telephone companies trying to get into the cable, computer, movie, and entertainment business. If we ever needed an industrial strategy, it has to be now.

The 1991 task force recommended that the Minister of Communications convene a summit meeting of every constituency of the broadcasting industry to decide on a strategy aimed at strengthening the industry's economic base and its ability to compete in world markets. In early November, the minister called a summit meeting for the early part of December in Montreal and invited 60 industry delegates, along with approximately 150 industry observers.

The meeting was very successful. All the sectors of the broadcasting industry discussed the recommendations made by the Girard–Peters task force and confirmed all their concerns. The meeting ended with an agreement in principle to meet again in a few months to finalize the industrial strategy. In the meantime the working groups were going to go to work, finishing the final document.

After the summit meeting, the working groups started to meet and the industry representatives, who pledged complete cooperation during the summit meeting, in full view of all the cameras, went to the meetings determined to protect their own vested interests and their companies' vested interests. The working groups could not reach a consensus.

I met the minister in June 1992. He stated that without complete industry consensus he is not certain what they were going to do. The progress towards an industrial strategy ground to a complete halt and no action has happened.

The one matter the members of the task force and the industry consistently agreed on during our deliberations was that Canadian television will prosper only in its ability to produce high–quality indigenous Canadian programming. With a 100–to 200–cable channel universe, it is the Canadian programming that will make Canadian television stations distinctive—programming Canadians will identify with and relate to.

This leads me to a few recommendations for your standing committee. In doing so, I'd like to distance myself now from the task force. As you can appreciate, we filed our report as of May 1991. At that time our task force was finished. Therefore I'm not representing that task force in making these recommendations. I hope that is clear.

• 1555

My first recommendation is that we must take every means possible to preserve our public broadcasting system. If we didn't have one we would be trying to create it. I feel it's very important we preserve our public broadcasting system in Canada. In view of this, Canadian Broadcasting Corporation should continue to receive adequate, ongoing, and stable public funding to enable it to fulfil its mandate. I believe at a minimum a revolving three–year funding plan would be reasonable.

[*Traduction*]

producteurs d'émissions tentent leur chance dans l'industrie de la télévision spécialisée, les compagnies de câblodistribution essayent de percer le marché de la télévision, de l'édition, des satellites, du téléphone et de l'informatique. Enfin, les compagnies de téléphone se lancent dans l'industrie de la câblodistribution, de l'informatique, du film et du divertissement. Plus que jamais, nous avons besoin d'une stratégie industrielle.

En 1991, le Groupe de travail a recommandé que le ministre des Communications convoque tous les intervenants de l'industrie de la radiodiffusion afin de s'entendre sur une stratégie visant à renforcer la situation économique de l'industrie et sa compétitivité sur les marchés mondiaux. Au début novembre, le ministre a convoqué une réunion au sommet pour le début de décembre, à Montréal, où il a invité 60 délégués de l'industrie et environ 150 observateurs de l'industrie.

La réunion a connu beaucoup de succès. Tous les secteurs de l'industrie de la radiodiffusion ont discuté des recommandations faites par le Groupe de travail Girard–Peters et ont confirmé toutes ses préoccupations. On a finalement conclu un accord de principe en vue de se réunir encore une fois dans quelques mois afin de mettre la dernière main à la stratégie industrielle. Entre temps, les groupes de travail devaient poursuivre leurs travaux et préparer le document final.

À la suite de la réunion au sommet, les groupes de travail se sont rencontrés et tous les représentants de l'industrie qui s'étaient engagés à pleinement collaborer au cours de la réunion sont arrivés à la rencontre déterminés à protéger les intérêts de leurs compagnies. Les groupes de travail n'ont pu parvenir à un consensus.

J'ai rencontré le ministre en juin 1992. Il a indiqué que sans le consensus de l'industrie, il n'était pas certain de ce qu'il pourrait faire. La stratégie industrielle s'est vue freinée dans son élan et les choses en sont restées là.

Au cours de nos délibérations, les membres du Groupe de travail et les représentants de l'industrie se sont toutefois tous entendus sur le fait que la télévision canadienne ne pourrait prospérer que si elle produisait une programmation canadienne de grande qualité. Parmi les 100 à 200 chaînes de câblodistribution qui seront offertes, c'est la programmation canadienne, à laquelle s'identifieront les Canadiens, qui permettra aux stations de télévision canadiennes de se démarquer.

J'en viens maintenant aux recommandations que je souhaite proposer au comité permanent. Ce faisant, j'aimerais me dissocier du Groupe de travail qui, vous le savez, a remis son rapport en mai 1991. Il a donc cessé d'exister à ce moment–là. C'est pourquoi je ne parle pas au nom du Groupe de travail en faisant ces recommandations. J'espère que c'est très clair.

Ma première recommandation est la suivante: nous devons prendre toutes les mesures nécessaires pour préserver notre système de radiodiffusion public. Si nous n'en avions pas, nous devrions en créer un. Il est très important, à mon avis, de préserver notre système de radiodiffusion public au Canada. La Société Radio–Canada devrait donc continuer de recevoir des crédits réguliers, stables et adéquats pour remplir son mandat. Je crois qu'il serait raisonnable d'établir à tout le moins un plan de financement renouvelable triennal.

[*Text*]

In addition, the CBC should reduce its commercial content to the recommended eight minutes per hour, thereby reducing CBC's reliance on commercial revenue. In order to replace this revenue the CBC should receive a monthly subscriber fee from all cable subscribers in Canada. The cable fee should be determined by an analysis prepared by the CRTC and put into effect with the addition of the ten new Canadian special channels that will be going on the air early in 1995.

This cable fee should replace the reduction in the commercial revenue as well as create new revenue for the production of strong Canadian programming that will build a more durable Canadian program schedule and re–establish its cultural mandate. The new direct broadcast satellites or DBS, or death stars, as everyone refers to them, feature wall–to–wall American programming that is already currently available by all of the satellites available today. There's no new programming up there.

Strengthening the CBC's schedule must be done with Canadian programming that is not available to the U.S. DBS. Canadian television will prosper only by its ability to produce relevant indigenous Canadian programming. One of the special trends of the 1990s is accountability, Mr. Chairman.

The public expect the industries of our country to be accountable for the pollution they create. Shareholders of public companies, which I have a great deal of experience with, expect their boards of directors and their officers to be accountable for the money they spend, and I feel the CBC must be held more accountable for the billion dollars plus they receive each year, plus the proposed new public funds created by cable fees, as recommended above. When I say "accountable", I mean the CBC should provide the CRTC and Parliament with detailed reporting on how these public funds are being spent towards the strengthening of its Canadian program schedule.

The consolidated figures they come up with today really, I think, don't answer the question. I think they have to deal with where the money went and how it was spent. To assist the CBC to maintain some control over program expenses, the CBC should implement one of the recommendations made by the task force, which is to examine the possibility of cooperative bidding by the public, private, and national French–English networks for major sports to be shown in Canada, such as NHL hockey, CFL football, and the Olympics or other world sporting events.

There are over 1,000 NHL games during a regular season, plus play–offs of course, and one network cannot begin to carry all of those games. I still believe, Mr. Chairman, that it is absolutely imperative that we develop an industrial strategy before the total convergence of conventional television broadcasting, cable, telecommunications, satellites, computers, publishing, and the entertainment business on the electronic highway takes place. This should have been developed some three years ago.

[*Translation*]

De plus, la SRC devrait réduire ses pauses commerciales à huit minutes l'heure ainsi qu'on l'a recommandé, ce qui lui permettrait de moins dépendre des revenus commerciaux. Pour combler ce manque à gagner, tous les abonnés de la câblodistribution au Canada devraient verser à la SRC des frais mensuels, lesquels seraient déterminés par une analyse du CRTC et mis en vigueur au moment de l'ajout des dix nouvelles chaînes canadiennes spécialisées au début de 1995.

Ces frais devraient remplacer la baisse des revenus commerciaux et créer de nouveaux revenus pour la production d'une forte programmation canadienne, ce qui permettrait à la SRC d'établir un calendrier de programmation canadienne plus durable et de rétablir son mandat culturel. Les nouveaux satellites de radiodiffusion directe ou les étoiles de la mort, comme tout le monde les appelle, présentent une programmation totalement américaine déjà accessible actuellement par satellite. Il n'y a donc là aucune nouvelle programmation.

Il faut que la SRC présente une programmation canadienne qui n'est pas offerte par ces satellites américains. La télévision canadienne ne pourra prospérer que si elle produit une programmation canadienne pertinente. Une des tendances propres aux années quatre–vingt–dix est la reddition des comptes, monsieur le président.

Les Canadiens exigent que les industries du pays rendent compte de la pollution dont elles sont la cause. Les actionnaires des sociétés publiques, que je connais très bien, attendent de leurs conseils d'administration et de leurs dirigeants qu'ils rendent compte des fonds qu'ils dépensent, et j'estime que la SRC doit mieux rendre compte des crédits de plus de 1 milliard de dollars qu'elle reçoit chaque année, sans parler des nouveaux fonds publics proposés qui seraient générés par les frais d'abonnement à la câblodistribution selon la recommandation susmentionnée. Lorsque je dis qu'elle doit «mieux rendre compte», je veux dire que la SRC devrait signaler au CRTC et au Parlement en présentant des rapports détaillés comment elle entend utiliser ses fonds publics pour renforcer sa programmation canadienne.

Les chiffres globaux qu'elle nous présente aujourd'hui ne nous éclairent pas, à mon avis. La Société doit nous expliquer où sont allés les fonds et comment ils ont été dépensés. Pour aider la SRC à exercer un certain contrôle sur ses dépenses liées à la programmation, la Société devrait mettre en oeuvre la recommandation du Groupe de travail selon laquelle les chaînes publiques et privées de langue anglaise et de langue française devraient faire des offres communes d'achat des droits de diffusion des événements sportifs importants présentés au Canada, comme les matchs de la Ligue nationale de hockey et de la Ligue canadienne de football, des Olympiques et autres événements sportifs internationaux.

Par exemple, un réseau ne peut présenter à lui seul tous les matchs de la LNH, c'est–à–dire plus de 1 000 parties en saison régulière et en éliminatoires. Je reste convaincu, monsieur le président, qu'il est absolument impératif que nous élaborions une stratégie industrielle avant que ne se concrétise la convergence complète de la radiotélédiffusion conventionnelle, de la câblodistribution, des télécommunications, des satellites, de l'informatique, de l'édition et de l'industrie du divertissement sur une autoroute électronique. Cette stratégie aurait dû être établie il y a trois ans.

[*Texte*]

The broadcasting cable industry have demonstrated through their inability to reach a consensus that they are unable to agree on this plan. Therefore, I would suggest Canadian Heritage develop an industrial strategy. I am prepared to help the department develop this strategy independently from the vested interest represented in the industry, because I think that's really the only way to do it.

[*Traduction*]

Les industries de la radiodiffusion et de la câblodistribution ont démontré par leur incapacité à parvenir à un consensus qu'elles étaient incapables de conclure une entente sur ce plan. Je proposerais donc au ministère du Patrimoine canadien d'élaborer une stratégie industrielle. Je suis prêt à aider le ministère à concevoir cette stratégie indépendamment des intérêts en cause, car je pense que c'est vraiment la seule solution possible.

• 1600

This leads me to my final recommendation. A few months ago I was a panel moderator at the Canadian meeting of the International Institute of Communications. Our panel was assigned the responsibility to discuss digital technology, the brave new world of convergence. In my introduction of our panel, I stated in part that the print and electronic journalists are having a feast in predicting all of the new services that will be available on the magic carpet called the electronic highway.

J'en arrive maintenant à ma dernière recommandation. Il y a quelques mois, j'ai servi d'animateur au cours de la réunion canadienne de l'Institut international des communications. Notre comité était chargé de discuter de la technologie numérique et du meilleur des mondes: la convergence. Lorsque j'ai présenté notre comité, j'ai indiqué en partie que les journalistes de la presse et des médias électroniques s'amusaient à prédire tous les nouveaux services qui seraient disponibles sur le tapis magique appelé l'autoroute électronique.

As a result of the advances in technology, the convergence of publishing, cable, telephone, satellite, computer, broadcasting, and the entertaining business, a few cable companies and the telco players in the industry even think they're now in show business.

En raison des progrès réalisés dans l'industrie de la technologie, de l'édition, de la câblodistribution, du téléphone, des satellites, de l'informatique, de la radiodiffusion et du divertissement, certains intervenants de la câblodistribution et des télécommunications croient maintenant faire partie du «show business».

All of this looks and sounds very entertaining and certainly very lucrative, but it does nothing for the large population of Canadians who are concerned about privacy, number one, and, number two, the orderly development of Canadian cultural quality of life.

Tout cela semble très divertissant et très lucratif, mais cela ne fait rien pour la majeure partie de la population canadienne qui s'inquiète, premièrement, de sa vie privée et, deuxièmement, du développement méthodique de la qualité de vie culturelle canadienne.

As the various sectors of conventional broadcasting, both private and public, cable, satellite, computers, entertainment, and telecommunications merge electronically, which is described by the current buzz-word "convergence", one must ask where in this convergence are the cultural objectives of the Canadian Broadcasting Act.

Au moment où les divers secteurs—radiodiffusion conventionnelle, câblodistribution, satellites, informatique, divertissement et télécommunications—fusionnent électroniquement, ce que l'on décrit par le terme à la mode «convergence», il faut se demander si cette dernière répond aux objectifs culturels de la Loi canadienne sur la radiodiffusion.

The cultural imperatives of Canadians will be lost if we do not take immediate action and develop an industrial strategy. This will then provide a framework, which leads us to my final recommendation to you today, which is that, in the electronic convergence that is developing at a lightning pace, both the Broadcasting Act and the Telecommunications Act must be combined under one new communications act. Private and public broadcasting, entertainment, cable, satellite, computers, and telephone companies must operate under the same set of rules and policies and one communications act.

Les impératifs culturels des Canadiens seront perdus si nous ne prenons pas les mesures nécessaires immédiatement pour concevoir une stratégie industrielle. Nous disposerons ainsi d'un cadre, ce qui m'amène à ma dernière recommandation, que voici. En raison de la convergence électronique qui progresse à une vitesse effarante, la Loi sur la radiodiffusion et la Loi nationale sur les télécommunications doivent être combinées en une seule nouvelle Loi sur les communications. Les compagnies de radiodiffusion publiques et privées, de divertissement, de câblodistribution, de satellites, d'informatique et de téléphone doivent être régies par les mêmes règles et politiques et par une loi sur les communications.

This will then give us the strength to compete in the world market in the coming decade.

De cette façon, nous aurons la force nécessaire pour être concurrentiels sur les marchés mondiaux au cours de la prochaine décennie.

In closing, I'd like to return to the task force report and report that Statistics Canada reported last year that, with all of the 31 recommendations that were implemented from the task force, the Canadian private television stations made a total

En conclusion, j'aimerais en revenir au rapport du Groupe de travail et signaler que Statistique Canada a déclaré l'an dernier que, grâce aux 31 recommandations du Groupe de travail qui ont été mises en oeuvre, les stations de télévision

[*Text*]

turnaround and reported a profit of $58.5 million in the year 1993. This demonstrates that the mandate given to the task force by the minister to make recommendations that will help to ensure the ongoing strength and dynamism of both the public and the private Canadian stations has had a positive effect.

Finally, the only way to preserve the health of conventional television broadcasting in Canada is to maintain the health of the conventional television broadcasting industry, which is really the only way it's going to compete in a 100–or 200–or 300–channel universe.

My apologies for taking so long, Mr. Chairman. Thank you very much.

The Chairman: Thank you very much. It was a fascinating series of suggestions and recommendations, and I commend the 1991 report that you refer to in its fullness to members of the committee. It's available through the library. It gives much more detail on some of the background.

Given the time constraints, I suggest that we have an initial round of basically seven minutes each and then perhaps one or two questions. It's a fascinating topic, but we also have other guests here. These are the constraints under which we find ourselves.

Ms Brown (Oakville—Milton): On a point of order, I believe the next witnesses are supposed to be on at 4:15 p.m.

The Chairman: Correct.

Ms Brown (Oakville—Milton): So three sevens would take us 21 minutes. Could we not reduce it?

The Chairman: We could reduce it to five if that would be useful. These are the trade–offs.

Mr. Ianno (Trinity—Spadina): Why are they scheduled in that way?

The Chairman: I guess we're trying to pack in a lot of people. We can also extend, of course.

Mr. Ianno: I'm new here and I don't want to take time now, but if it's just a matter of presentation, I'm sure you can get the information from the witnesses. We can then read this, and we won't have to waste their time, if you can have only several minutes to ask them questions.

• 1605

Mr. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): I would also like to point out that since Mr. Peters has taken the time to come before us, it's only fair to give us the time to ask him questions in regard to his efforts. To do otherwise would, I think, negate his work.

The Chairman: Sure.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Mr. Chairman, given that we're probably not going to have an opportunity to ask all of our questions, would it be appropriate for us to write to Mr. Peters and have his written comments back to us as part of the record?

[*Translation*]

privées canadiennes retrouvaient un nouveau souffle et déclaraient des bénéfices de 58,5 millions de dollars en 1993. Cela prouve que le mandat accordé au Groupe de travail par le ministre pour faire des recommandations qui permettront de garantir la force et le dynamisme des stations publiques et privées canadiennes a eu un effet positif.

Enfin, la seule façon de préserver la viabilité de la radiotélédiffusion conventionnelle au Canada est d'assurer celle de l'industrie de la radiotélédiffusion conventionnelle, car c'est la seule façon dont elle pourra soutenir la concurrence dans un environnement multicanal où 100, voire 200 ou 300 chaînes seront offertes.

Je vous présente mes excuses pour avoir parlé pendant aussi longtemps, monsieur le président. Merci beaucoup.

Le président: Merci beaucoup. Vous avez formulé une liste fascinante de propositions et de recommandations, et je recommande chaleureusement aux membres du comité de lire intégralement le rapport de 1991 dont vous parlez. On peut l'obtenir auprès de la Bibliothèque. Il s'y trouve de nombreux détails sur l'historique de l'industrie.

Faute de temps, je propose de faire un premier tour de questions de sept minutes environ chacun, après quoi nous poserons une ou deux questions supplémentaires. C'est un sujet fascinant, mais nous avons d'autres témoins à entendre et un emploi du temps à respecter.

Mme Brown (Oakville—Milton): J'invoque le Règlement. Je pensais que les témoins suivants devaient intervenir à 16h15.

Le président: C'est exact.

Mme Brown (Oakville—Milton): Si les trois partis ont droit à sept minutes chacun, cela fera 21 minutes. Ne peut–on pas abréger la durée des questions?

Le président: Nous pourrions la ramener à cinq minutes si cela vous convient. Ce sont des compromis qu'il faut faire.

M. Ianno (Trinity—Spadina): Pourquoi établir l'ordre du jour de cette façon?

Le président: Nous essayons d'entendre un maximum de témoins. Nous pouvons aussi prolonger notre séance, cela va de soi.

M. Ianno: Je suis nouveau au sein de ce comité et je n'ai pas de questions à poser pour le moment, mais si c'est simplement une question de présentation, nous pouvons certainement obtenir les renseignements voulus auprès des témoins. Nous pouvons ensuite lire ce mémoire, et nous leur ferons perdre moins de temps, si nous ne disposons que de quelques minutes pour leur poser des questions.

M. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): J'aimerais également souligner que puisque M. Peters a pris le temps de venir nous voir, il me semble qu'il serait tout à fait normal de nous donner suffisamment de temps pour l'interroger. Sans cela, son effort aura été vain.

Le président: Certainement.

Mme Brown (Calgary—Sud–Est): Monsieur le président, étant donné que nous n'aurons probablement pas la possibilité de poser toutes nos questions, pourrait–on écrire à M. Peters et lui demander de nous répondre par écrit afin que ses observations puissent être consignées au procès–verbal?

[*Texte*]

The Chairman: Sure, because we do take written submissions. What I would suggest, then, is for those who would like to talk further, in whatever form we can arrange it, in the written form—or I suspect calling you up might be one solution, if we can get your telephone number—I'm also anxious, though, whatever solution we come to we get down to it, because the more we talk about the solution the less time we have.

May I then suggest we—

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Is it going to be part of the record? That's my point. Will it be included as part of the record?

The Chairman: I don't think it can be part of the transcript. It's not like the *Congressional Record* where you can read things into it. But it will be part of the official documentation submitted to the committee, like a written submission.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Okay.

The Chairman: Would that be a fair assessment?

M^me^ Tremblay, je n'ose pas trop le demander mais serait–il possible que vous posiez vos questions en cinq ou sept minutes?

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Oui, cela fait partie du problème fondamental où nous n'avons pas assez de temps pour compléter les séances et où les règles ne sont pas très clairement établies avec nos invités. Malheureusement, on va y aller.

Le président: Vous allez vous autodiriger pendant ces sept minutes.

Mme Tremblay: C'est cela. Merci, monsieur Peters. Je m'excuse de mon retard, mais nous étions retenus pour des discussions sur la présentation des documents relatifs à la réforme Axworthy. J'avais cependant lu le texte anglais de votre présentation. J'ai donc une idée de ce que vous avez pu dire en notre absence.

Mes questions porteront sur Radio–Canada, CBC. Je ne vais parler que du secteur anglophone parce que le secteur francophone ne pose pas les mêmes problèmes. Selon moi, c'est le secteur anglophone qui pose un problème. Il a été obligé de canadianiser le contenu de ses émissions entre 7 heures et 11 heures et ses cotes d'écoute sont, d'une certaine façon, lamentables.

Vous proposez, si j'ai bien compris, de remplacer une partie des revenus publicitaires par des frais d'abonnement payables par les consommateurs de câblodistribution pour financer la canadianisation de la grille–horaire de la Société. Comment pensez–vous qu'il sera possible que des Canadiens de la communauté anglophone, qui n'écoutent pas déjà Radio–Canada, acceptent de payer un milliard de dollars pour la subventionner? Je ne vois pas comment cela pourrait vraiment être possible. Ai–je mal compris votre pensée?

Mr. Peters: I made two suggestions; number one, that the CBC should continue to work very hard at improving its Canadian programming. I recommended that the CBC reduce the commercial content from twelve minutes to eight minutes.

In our deliberations we also had an opportunity to meet at great length with the advertising agency fraternity and the advertisers. The perceived value in the eyes of the advertisers for CBC time is more valuable than the private sector's. The audience is quite strong.

[*Traduction*]

Le président: Certainement, parce que nous recevons des mémoires écrits. Je suggérerais donc que pour ceux qui aimeraient poursuivre cet échange, quelle que soit la façon dont nous procédions, par écrit—ou peut–être en vous téléphonant, si vous voulez bien nous laisser votre numéro de téléphone. . . en tout cas, choisissons une solution, quelle qu'elle soit, et ne perdons pas trop de temps à discuter ici de la solution retenue.

Je suggérerais donc. . .

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Est–ce que ce sera consigné au procès–verbal? C'est ce que je demandais. Pourra–t–on ajouter cela au compte rendu de nos délibérations?

Le président: Je ne pense pas que cela puisse être ajouté à la transcription de nos délibérations. Ce n'est pas comme le «Congressional Record» auquel on peut rajouter des textes. Mais cela fera partie de la documentation officielle soumise au comité comme une déposition écrite.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): D'accord.

Le président: Est–ce bien cela?

Mrs. Tremblay, I hardly dare ask you but would it be possible that you only take five or seven minutes for your questions?

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): Yes, this is part of the problem. We do not have enough time to complete our hearings and all the rules are not clearly explained to our guests. Unfortunately we are going to have to comply.

The Chairman: You are going to discipline yourself in these seven minutes.

Mrs. Tremblay: Exactly. Thank you, Mr. Peters. I am sorry I was late but we were held back for discussions on the submission of documents relating to the Axworthy reform. I had however read your written submission in English. Therefore I have a fairly good idea of what you must have said in our absence.

My questions will deal with CBC, Radio–Canada. I'm only going to talk about the English network because the French one does not present the same problems. In my view, it is the English network which creates a problem. It had to canadianize the content of its programming between 7:00 and 11:00 p.m. and, in a way, its audience ratings are disasterous.

If I understood you correctly, you are suggesting to replace some of the commercial revenues with cable subscriber fees to finance the canadianization of the corporation's schedule. How do you intend to convince English–speaking Canadians who do not listen to the CBC to agree to pay $1 billion to fund the corporation? I really do not see how this will be possible. Did I misunderstand you?

M. Peters: J'ai fait deux suggestions; premièrement, que la SRC continue à tout faire pour améliorer ses émissions canadiennes. J'ai recommandé que l'on réduise de douze à huit minutes le contenu publicitaire.

Dans nos délibérations, nous avons également eu la possibilité de nous entretenir longuement avec la fraternité des agences de publicité et avec les publicitaires eux–mêmes. Ils estiment que le temps d'antenne de Radio–Canada est plus rentable que celui du secteur privé. L'indice d'écoute est assez élevé.

[*Text*]

All of the audiences are fragmented. It doesn't matter whether you're talking about CBC, CTV, NBC, ABC, or CBS. It is not unique to Canada. The conventional networks have had their audiences fragmented by the explosion in the number of choices that are available. But the advertising agencies and the advertisers we talked to said they felt the value of CBC time was greater than that of the private sector.

• 1610

So in answer to your question, the audiences are still good—very good—in the eyes of the advertisers, the people who are spending the money. You give me that challenge, having now talked to the advertisers, and I'd produce as much revenue out of the eight minutes as they are currently producing with twelve minutes.

I hope I've answered your question.

Mme Gagnon (Québec): Avons–nous le temps de poser une autre question?

Vous avez dit que les revenus publicitaires de la Société avaient augmenté de 14 p. 100, ses crédits de 3,4 p. 100 et ses frais d'exploitation de 6 p. 100. Cela veut dire que la Société Radio–Canada avait un excédent de 11 p. 100. Pouvez–vous nous dire où est passé ce 11 p. 100 et si cette tendance s'est maintenue?

Je voudrais savoir si la Société Radio–Canada, compte tenu d'un excédent de 11 p. 100, a vraiment besoin d'argent supplémentaire?

Mr. Peters: Right. I think that's a question you might properly direct to the CBC. But if you want my opinion, I think what you have here is a case where the CBC have a very serious public relations problem. They not only have a public relations problem; they have a problem in trying to communicate with you. What they should be doing is making their case. They should be making the case for why they need that kind of money to provide service to Canadians.

Frankly, that was the reason I put in my oral text that the CBC needs to be more accountable—more accountable to you, more accountable to the Canadian people. The average Canadian is fed up with hearing all the problems of the CBC. They say, oh, I have my own problems; I don't need to hear about the problems of the CBC. I think it's a case for the CBC to come before you and tell you how they're going to spend that $1 billion–plus and how they're going to spend the additional funds out of getting a subscriber fee.

Mme Tremblay: Pourriez–vous nous expliquer plus clairement en quoi la fusion de la Loi sur la radiodiffusion et de la Loi sur les télécommunications pourrait être nécessaire pour sauvegarder la culture canadienne?

Mr. Peters: What is happening at present is you have the telephone companies trying to get into the cable business and into the entertainment business by scheduling movies and feeding the movies into your home on their telephone line. That puts them clearly into the programming business, and I think the Broadcasting Act should cover what they're doing.

In view of the fact that the telephone companies are trying to get into the entertainment business and the cable companies are trying to get into the telephone business, what you should be doing is putting the two acts together, so everybody's playing

[*Translation*]

Tous les indices d'écoute sont fragmentés. Peu importe que l'on parle de Radio–Canada, CTV, NBC, ABC ou CBS. Ce n'est pas particulier au Canada. Les réseaux conventionnels ont vu leurs indices d'écoute diminués du fait de l'explosion des choix maintenant offerts. Mais les agences de publicité et les publicitaires nous ont dit qu'ils estimaient que le temps d'antenne de Radio–Canada était plus précieux que celui du secteur privé.

Donc, pour répondre à votre question, les indices d'écoute restent bons—très bons—de l'avis des publicitaires, de ceux qui achètent notre temps d'antenne. Si vous me lancez ce défi, maintenant que j'ai eu ces discussions avec les publicitaires, je pourrais tirer autant de recettes des huit minutes qu'ils le font actuellement de douze minutes.

J'espère avoir répondu à votre question.

Mrs. Gagnon (Québec): Do we have time for another question?

You said that the CBC advertising revenues had increased by 14%, its appropriations by 3.4% and its operating expenses by 6%. Which means that the CBC had a surplus of 11%. Could you tell us where this 11% went and whether this trend has held up?

I would like to know whether the CBC, with a surplus of 11%, really needs more money?

M. Peters: Bien. C'est probablement une question que vous devriez plutôt poser à la Société Radio–Canada. Mais, si vous voulez mon avis, je crois que la Société a surtout un gros problème de relations publiques. Non seulement cela, elle a dû mal à communiquer avec vous. Elle devrait mieux vous expliquer les choses. Elle devrait vous expliquer pourquoi elle a besoin de cet argent pour servir la population canadienne.

Franchement, c'est la raison pour laquelle j'ai mis dans mon exposé oral que la SRC devrait mieux rendre compte de ses dépenses—à vous, et à la population canadienne en général. Les Canadiens en ont assez d'entendre parler des problèmes de la SRC. Ils estiment qu'ils ont leurs propres problèmes et qu'ils n'ont pas besoin d'entendre parler de ceux de la SRC. Il faudrait donc que celle–ci vienne vous expliquer pourquoi elle va dépenser ce milliard de dollars et plus et ce qu'elle va faire des recettes supplémentaires qu'elle tirera des frais d'abonnement.

Mrs. Tremblay: Could you explain to us a little bit better how combining the Broadcasting Act and the Telecommunications Act will help protect Canadian culture?

M. Peters: À l'heure actuelle, les compagnies de téléphone essaient de se lancer dans la câblodistribution et dans le secteur du divertissement en vous donnant accès à des films par le téléphone. Elles se lancent donc dans un nouveau secteur et j'estime que la Loi sur la radiodiffusion devrait couvrir cette nouvelle activité.

Étant donné que les compagnies de téléphone essaient de pénétrer le marché du divertissement et que les câblodistributeurs s'intéressent aux télécommunications, vous devriez combiner ces deux lois afin que les mêmes règles

[*Texte*]

by the same rules. If you don't, you're going to have utter chaos. You're going to have the telephone companies putting services into your home that are solid American, while the conventional broadcasters have to schedule 60% Canadian content in prime time, 50% overall, and the CBC is at some 90% Canadian content in prime time. What I'm trying to do is to create a level playing field by having them report to the same rules.

Mrs. Tremblay: Would you, by the way, change the CRTC mandate?

Mr. Peters: You would have to expand it, yes. You would have to expand it. Of course if you amend the act you would be expanding it.

The Chairman: I think we have to pass along now to the Reform Party.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Mr. Chairman, we will be sharing our time as well.

I wanted to acknowledge, Mr. Peters, the receipt of your document several days earlier. It was appreciated to have it.

I noted with interest your opening statements, when you said a broader context of broadcasting will be affected by the outcome of our work and its effect on the CBC. I am finding that the difficulty, at least in terms of what I've heard from the CBC, is in the fulfilment of that mandate. There was a quote in *The Calgary Herald* on October 3, saying that this mandate at times has been executed clumsily, obscurely or uneconomically, so I can't but note that this broadcast review will in fact be about a corporation that generates enormous public interest and about which little is known of its spending practices, administration and operations.

[*Traduction*]

s'appliquent à tous. Sinon, ce sera la pagaille. Les compagnies de téléphone offriront des services à domicile qui seront purement américains alors que les radiodiffuseurs conventionnels doivent offrir une programmation à 60 p. 100 canadienne aux heures de grande écoute, 50 p. 100 de façon générale et que pour la SRC, cette programmation doit être à 90 p. 100 canadienne aux heures de grande écoute. Je souhaiterais donc que l'on puisse appliquer les mêmes règles à tous.

Mme Tremblay: Modifieriez–vous également le mandat du CRTC?

M. Peters: Il faudrait évidemment l'élargir. Si l'on modifie la loi, ce serait obligatoire.

Le président: Je crois qu'il me faut maintenant passer au Parti réformiste.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Monsieur le président, nous partagerons également le temps qui nous est alloué.

Monsieur Peters, je voulais vous remercier de nous avoir fait parvenir votre document plusieurs jours à l'avance.

J'ai remarqué avec intérêt que vous nous avez dit dans votre déclarfation liminaire que le résultat de nos travaux et les décisions que nous prendrons au sujet de la SRC auront une incidence sur l'ensemble de la radiodiffusion. J'ai l'impression que le problème, du moins d'après ce que j'entends de la SRC, réside dans l'exécution de ce mandat. Quelqu'un déclarait le 3 octobre dans le *Calgary Herald* que l'on s'acquitte parfois de ce mandat de façon maladroite, obscure ou peu économique si bien qu'il est évident que cette étude que nous avons entreprise porte sur une société qui suscite énormément d'intérêt dans la population, mais dont on connaît peu les habitudes de dépense, l'administration et le fonctionnement.

• 1615

I was really gratified to hear the response you made about the CBC becoming more accountable for that $1.1 billion they receive. I don't know how to reach them. We've certainly been trying here in this committee to ask them to be more forthcoming about those expenditures, and so far they don't appear to be prepared to engage in such a dialogue.

Having said that, and coming back to the first point I made about this broad context of broadcasting being affected, I'd like to know, in your opinion, what you believe will be the specific effects within the private sector, based on our recommendations. You didn't address that, although you did suggest that there would be an effect. I would like to know what that is.

Mr. Peters: It depends on how the CBC spend the money. I think Parliament should insist that as soon as government funds are involved in any kind of a private sector, accountability steps in and the private sector has to justify where those dollars went. At the present time the CBC receives that money and they assume that it's their God–given right to spend that money as they see fit.

J'ai été heureuse de vous entendre dire que vous jugiez que la SRC devrait mieux rendre compte de ce 1,1 milliard de dollars qu'elle reçoit. Je ne sais pas comment l'atteindre. Nous avons certainement essayé ici en comité de lui demander de se montrer plus transparente au sujet de ses dépenses et, jusqu'ici, la Société ne semble pas prête à participer à un tel dialogue.

Cela dit, et pour revenir à ce que je disais quant à l'ensemble du secteur de la radiodiffusion qui risque d'être touché par cette étude, j'aimerais savoir quels seront à votre avis les effets que pourront avoir nos recommandations sur le secteur privé. Vous n'en avez pas parlé même si vous avez dit que cela aurait des conséquences. J'aimerais savoir à quoi vous pensez.

M. Peters: Tout dépend de la façon dont la SRC dépense ses fonds. J'estime que le Parlement devrait insister pour que chaque fois qu'il s'agit de fonds publics investis à quelque titre dans le secteur privé, celui–ci soit tenu de rendre des comptes pour justifier l'utilisation qu'il a fait de ces fonds. À l'heure actuelle, la SRC reçoit cet argent et suppose qu'elle a le droit divin de le dépenser comme elle l'entend.

[*Text*]

The reason I put it that way is that quite often the CBC uses those funds to outbid the private sector on program rights. I don't think they should be doing that, because they end up with Hollywood producers and the money goes right out of the country. It's not spent here; it goes right out of the country.

How they spend their advertising money, who cares; I'm talking about government funds. I think Parliament should insist that government funds really be directed to Canadian programming, hiring Canadians, hiring performers, expanding their sphere into other more cultural programs as opposed to commercial programs. How it affects the private sector is that the private sector can't compete for program rights for American programming, for sports rights, for Olympic rights. They can't compete with a subsidized CBC.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I recognize that. Okay, it's on that point that you were speaking. Okay, thank you.

Mr. Hanrahan: Thank you, Mr. Peters. There are many, many questions, and unfortunately we don't have time for them. I would first like to congratulate you on the selection of colour for your book.

Mr. Peters: It was the printer's choice.

The Chairman: Oh, sure.

Mr. Hanrahan: I want to ask you specifically, in regards to your presentation, about the relationship you made between the CBC and PBS. The CBC receives funding from the government and advertising revenue. PBS receives funding from the government and fund–raising. Do you see a role for private fund–raising similar to the PBS network in Canada? They have no advertising, and if I am correct they receive much less government subsidization. If I am correct as well—and I'm pretty sure I am—most of their funds in western stations, particularly Seattle, come from Alberta and B.C. Do you see a role for fund–raising as a way for CBC to increase its revenues without public expense?

Mr. Peters: I don't think it would raise a lot of money. Fund–raising in Canada is very conservative. In my opinion, I don't think you would raise very much money in that kind of a fund–raising campaign—

• 1620

Mr. Hanrahan: If I could interrupt, the logic there, though, is what escapes me. If PBS can raise money in Canada, and according to your report PBS is superior in its performance to CBC, then why wouldn't CBC be able to raise more money in Canada?

Mr. Peters: I'll come to your question, but let me back up and say that what we have done in Canada, as I was explaining to our chairman earlier, is build a public broadcasting system that is dramatically different from the United States form of

[*Translation*]

Si je dis les choses ainsi c'est parce que très souvent, la SRC utilise ces fonds pour offrir plus que le secteur privé afin d'obtenir les droits sur telle ou telle émission. Je ne pense pas que ce soit normal parce que c'est finalement les réalisateurs d'Hollywood qui touchent cet argent. C'est de l'argent qui n'est pas dépensé au Canada; cela va à l'étranger.

La façon dont la Société dépense ses recettes publicitaires, peu importe; je parle des fonds publics. J'estime que le Parlement devrait insister pour que les fonds publics servent réellement à des émissions canadiennes, à embaucher des Canadiens, à embaucher des gens du spectacle, à offrir des émissions plus culturelles que commerciales. Cela touche le secteur privé en ce sens que celui–ci ne peut faire face à la concurrence de la SRC pour obtenir les droits de diffusion d'émissions américaines, d'émissions sportives des Jeux olympiques. Il ne peut concurrencer une SRC subventionnée.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je comprends cela. C'est donc ce que vous vouliez dire. D'accord, merci.

M. Hanrahan: Merci, monsieur Peters. Il y aurait des tas de questions à vous poser et malheureusement nous n'avons pas beaucoup de temps. J'aimerais tout d'abord vous féliciter de votre choix de couleur pour votre livre.

M. Peters: C'est l'imprimeur qui a choisi.

Le président: Oh, certainement.

M. Hanrahan: À propos de votre exposé, j'aimerais Que vous me précisiez le lien que vous établissez entre la SRC et PBS. La SRC reçoit des subventions du gouvernement et touche des recettes publicitaires. PBS est subventionné par le gouvernement et récolte des fonds par ailleurs. Pensez–vous que l'on pourrait au Canada également récolter des fonds comme le fait le réseau PBS? Celui–ci n'a pas de publicité et, si je ne m'abuse, il reçoit beaucoup moins de subventions gouvernementales. Je crois d'autre part, et je ne pense pas me tromper, que la plupart de leurs ressources pour ce qui est des stations de l'Ouest, en particulier à Seattle, viennent de l'Alberta et de la Colombie–Britannique. Pensez–vous que ce genre de campagne de souscription pourrait permettre à la SRC d'accroître ses recettes sans puiser dans le Trésor public?

M. Peters: Je ne pense pas qu'elle pourrait récolter beaucoup d'argent. Les campagnes de souscription au Canada sont très conservatrices. Je ne suis pas sûr qu'on pourrait très bien réussir de cette façon–là. . .

M. Hanrahan: Si vous me permettez de vous interrompre, je ne comprends pas très bien cette logique. Si PBS réussit à récolter de l'argent au Canada et, d'après votre rapport, PBS réussit mieux que la SRC, pourquoi la SRC ne pourrait–elle pas récolter davantage d'argent au Canada?

M. Peters: Je vais vous répondre, mais permettez–moi de revenir un peu en arrière pour vous dire que ce que nous avons fait au Canada, comme je l'ai expliqué tout à l'heure à votre président, c'est nous doter d'un réseau de radiodiffusion public

[*Texte*]

public broadcasting. You bring up a very good point. What we have is a copy of what they do with the BBC in England. That was the original concept. It started in radio. There was an original concept of establishing a public broadcasting service in Canada.

If we were doing it all over today—in other words, I put in my ad lib remarks that if we didn't have the CBC, we'd be trying to create one—I think we'd be creating something closer to the American version. I think you've put your finger on it. But, if you want my opinion on whether a lot of money is going to be raised out of a public campaign, I don't think it would be.

I do feel, however, that if we were recreating the CBC we would probably come up with an American form rather than the Canadian form we have. It is quite inefficient, but we've got to preserve it.

Mr. Ianno: Seeing the colour of the book and understanding the need for competition and free enterprise, I'm curious about why you think there's a limit to the amount of advertising dollars and why you want a moratorium on the ability for the survival of the new ones that think they can succeed on their own, meaning the moratorium that you believe should be in place for three years.

Along with that, the same concept: if you think more money can be got for the eight minutes, then why can't we get more money for the twelve minutes? Also, how much more can we get so that in effect there will be more advertising dollars and less government money?

The last question is, when you indicated the tax on the new cable systems, the ten that you indicated would be new stations, why would you be almost penalizing the new ones that are trying to get on their feet as compared to also the existing ones?

Mr. Peters: I don't think that's a penalty. It would be in addition. I think it should be a direct pass-through, just a fee for the CBC service. That's going to be hard enough to do. I don't think that introducing any new taxes to the Canadian public is going to be acceptable.

Mr. Ianno: Why only on the ten versus the existing ones?

Mr. Peters: It's not on the ten. It's a separate fee. I'm saying that it should be introduced at the same time as the ten are introduced.

Mr. Ianno: I see. For everyone.

Mr. Peters: For everyone.

Mr. Ianno: I'm sorry; I misunderstood that.

Mr. Peters: Going back to your other question dealing with commercial time, it's the law of supply of demand. The marvellous advertising world out there deals in buying and purchasing advertising time as you trade in a commodity. When you trade in a commodity, it's the law of supply and demand. If there's very little time available or if very little of the share is available, then the price goes up. If there's a surplus, then the price goes down.

[*Traduction*]

qui est extrêmement différent du modèle de radiodiffusion des États-Unis. Vous soulevez là un point très intéressant. Nous avons pour notre part une copie de ce que l'on fait en Angleterre avec la BBC. C'était l'idée initiale. On a commencé par la radio. Le concept était original, il s'agissait de créer un service de radiodiffusion public au Canada.

Si nous repartions à zéro aujourd'hui—autrement dit, je pense que si la SRC n'existait pas, nous essaierions d'en créer une—nous créerions probablement quelque chose qui se rapproche davantage de la version américaine. Vous avez donc raison, il y a une différence. Si vous voulez toutefois que je vous dise si je crois qu'une campagne de souscription publique permettrait de récolter beaucoup de fonds, je vous réponds que non.

J'estime toutefois que si nous devions réinventer la SRC, nous adopterions probablement un modèle américain plutôt que le modèle canadien que nous avons actuellement. Il n'est pas du tout économique, mais nous devons le sauvegarder.

M. Ianno: En voyant la couleur de ce livre et sachant que la concurrence et la libre entreprise sont nécessaires, j'aimerais savoir pourquoi vous pensez qu'il y a une limite aux recettes publicitaires et pourquoi vous voulez que l'on impose un moratoire de trois ans pour les nouveaux diffuseurs qui croient pouvoir survivre tout seuls?

D'autre part, et toujours dans ce même esprit: si vous pensez qu'on peut gagner davantage pour huit minutes, pourquoi ne pourrait-on pas gagner encore plus pour douze minutes? Et combien peut-on gagner de plus pour qu'en fait on ait davantage de recettes publicitaires et moins de fonds publics?

Dernière question: vous avez parlé d'un impôt sur les nouveaux câblodistributeurs, les dix dont vous parliez seraient de nouvelles stations, pourquoi pénaliseriez-vous presque les nouveaux qui essaient de se lancer sans toucher à ceux qui sont déjà en activité?

M. Peters: Je ne pense pas que ce soit là une pénalité. Cela viendrait s'ajouter. Ce serait simplement un droit de passage, un droit à payer pour bénéficier du service de la SRC. Ce sera assez difficile à obtenir. Je ne pense pas que la population canadienne soit prête à accepter de nouveaux impôts.

M. Ianno: Pourquoi seulement l'imposer aux dix nouveaux plutôt qu'aux autres?

M. Peters: Ce n'est pas les dix nouveaux. C'est un droit distinct. Je dis qu'il faudrait imposer ce droit au moment où ces dix câblodistributeurs entreront en activité.

M. Ianno: Je vois. Pour tout le monde, donc.

M. Peters: Oui.

M. Ianno: Je suis désolé, j'avais mal compris.

M. Peters: Pour en revenir à votre autre question sur le temps d'antenne publicitaire, c'est la loi de l'offre et de la demande. Le merveilleux monde de la publicité achète du temps d'antenne publicitaire comme vous vendez un produit quelconque. Lorsqu'on vend un produit, c'est la loi de l'offre et de la demande. S'il y a peu de temps disponible ou peu d'actions disponibles, le prix monte. S'il y a un excédent, le prix diminue.

[*Text*]

Frankly, the reason we suggested—and I'm going back in history now—that the amount of time should be reduced is that there was a surplus of time available and, especially in Montreal, the television stations were selling time for radio rates, which was having a very serious effect on radio in the province of Quebec.

So we suggested that by reducing the amount of time that was available, by the law of supply and demand it would have a greater perceived value. That, plus the fact that if you gave me that challenge, if you came to me tomorrow morning before breakfast and said, okay, we're going to cut you down from twelve minutes to eight minutes an hour but you've got to deliver the same amount of revenue, I would do it by next Tuesday.

• 1625

Mr. Ianno: And if I asked you how...

Mr. Peters: By increasing the rates.

Mr. Ianno: And you think that automatically they would just pay the increase in rates.

Mr. Peters: Yes, they would.

Mr. Ianno: I see.

Mr. Peters: Now, with reference to the moratorium, that has already happened. When we tabled our report in June 1991, we recommended moratorium and the CRTC said they had that in mind anyway. But what has happened is that by putting a moratorium on the number of services on the television spectrum, the economy has gradually improved so now it will sustain more of the television stations.

So what we tried to do is reflect what was going on at the time. We were trying to slow down. Just because you license a new television service doesn't mean you're going to create any new advertising dollars. The advertisers don't create new budgets just because we or the CRTC license a new service. The same dollars are spread between a greater number of stations. So anyone who signs on a new television service, whether it's a conventional television station or a specialty service, who thinks they're going to create brand-new budgets, are only fooling themselves.

What has happened now is that the economy has gradually improved so now the economy will be able to support the new services that are going to be introduced as of January.

The Chairman: I have to intervene at this point and ask Bonnie Brown if she has a question.

Ms Brown (Oakville—Milton): Thank you, Mr. Chairman. Mr. Peters, did you work in the private or the public broadcasting sector?

Mr. Peters: I worked in the private broadcasting sector.

Ms Brown (Oakville—Milton): You are suggesting you want CBC to back away from advertising and advertising revenue. The reason you give is you think it would decrease commercial programming and upgrade cultural programming, such as your symphonies. Is it not also true that if they backed away from advertising it would give a freer ride to the private broadcasters to seek those elusive advertising dollars?

[*Translation*]

Très franchement, la raison pour laquelle nous avons suggéré—et je reviens quelques années en arrière—que l'on réduise le temps publicitaire, c'est parce qu'il y avait un excédent de temps et, surtout à Montréal, les stations de télévision vendaient du temps d'antenne à des tarifs radio, ce qui avait des conséquences très graves pour la radio au Québec.

Nous avons donc déclaré qu'en réduisant le temps d'antenne disponible, par la loi de l'offre et de la demande, ce temps serait considéré comme plus précieux. Cela, plus le fait que si vous me mettiez au défi, si vous veniez demain matin avant le petit déjeuner me dire, nous allons vous réduire le temps de douze à huit minutes par heure mais vous devez en tirer les mêmes recettes, ce serait fait pour mardi prochain.

M. Ianno: Et si je vous demandais comment...

M. Peters: En majorant les tarifs.

M. Ianno: Et vous pensez qu'automatiquement les publicitaires paieront la différence.

M. Peters: Oui.

M. Ianno: Ah bon.

M. Peters: Maintenant, à propos du moratoire, ce ne serait pas la première fois. Lorsque nous avons déposé notre rapport en juin 1991, nous avons recommandé un moratoire et le CRTC a déclaré qu'il y pensait déjà. Ce qui s'est passé, c'est qu'en imposant un moratoire sur le nombre de services offerts à la télévision, les choses se sont maintenant améliorées et il pourrait maintenant y avoir davantage de stations de télévision.

En fait, nous avons essayé de nous faire le miroir de à ce qui se passait à l'époque. Nous essayions de ralentir. Ce n'est pas parce que l'on accorde une licence à un nouveau service de télévision que l'on va créer de nouvelles recettes publicitaires. Les publicitaires ne créent pas de nouveaux budgets simplement parce que nous accordons ou que le CRTC accorde une nouvelle licence. Ce sont les mêmes montants qui sont répartis entre un plus grand nombre de stations. Donc, quiconque pense qu'un nouveau service télévisé, qu'il s'agisse d'une station de télévision générale ou d'une station spécialisée, va automatiquement faire apparaître de nouveaux budgets, ne fait que se leurrer.

Ce qui s'est produit, c'est que l'économie s'est graduellement améliorée et pourra donc supporter les nouveaux services qui seront introduits à partir de janvier.

Le président: Permettez-moi de vous interrompre pour demander à Bonnie Brown si elle a une question à poser.

Mme Brown (Oakville—Milton): Merci, monsieur le président. Monsieur Peters, avez-vous travaillé dans le secteur privé ou le secteur public?

M. Peters: Dans le secteur de la radiodiffusion privée.

Mme Brown (Oakville—Milton): Vous dites que vous voulez que la SRC se détache de la publicité et des recettes publicitaires. La raison que vous donnez est qu'à votre avis cela diminuerait le nombre d'émissions commerciales et améliorerait les émissions culturelles, telles que vos symphonies. N'est-il pas également vrai que si la Société prenait ses distances face à la publicité, cela faciliterait aussi les choses pour les radiodiffuseurs privés qui pourraient disposer de recettes publicitaires accrues?

[*Texte*]

Mr. Peters: I don't think so. If I really wanted to give a gift to the private broadcasters I would be recommending to you they get out of the commercial business entirely. What I have suggested is they reduce the amount of commercial time from twelve minutes per hour to eight minutes. In my opinion, a good marketing man—

Mr. Ianno: Or woman.

Mr. Peters: —or woman will be able to deliver the same amount of revenue from the eight minutes as they can with the twelve.

Ms Brown (Oakville—Milton): I am thinking about this idea of the cable subscribers paying. Does that go along with the idea of user pay? In other words, would you buy CBC as part of a package the way you buy other additional packages to the basic service?

Mr. Peters: This I am sure you will find is not going to be very popular with the cable operators.

Ms Brown (Oakville—Milton): No, I just want to know what you intend. Do you intend it to be purchased as an extra or part of the basic cable fee?

Mr. Peters: As a part of the basic cable fee. It may be $1 or $2. It's up to the CRTC.

Ms Brown (Oakville—Milton): But those people who didn't get cable wouldn't have access to the CBC in some locations. Is that right?

Mr. Peters: They may get an off–air signal, as opposed to the signal coming through a wire.

Mr. Ianno: So it wouldn't be national.

Ms Brown (Oakville–Milton): That would kind of erode what the CBC is supposed to do—that is, to provide a vehicle for Canadians to speak to each other if in fact if it became user pay and only those people with cable would have certain access to it.

Mr. Peters: The CBC is received by 99% of the people in Canada either by an off–air signal or by cable. About 93% of the total viewing of the CBC happens to be through cable. But the people who are receiving it off–air would still get the service.

The Chairman: But they wouldn't be paying a fee.

Mr. Peters: No.

The Chairman: We really have to speed along. We'll have one question from Simon, and then I might have a final closer.

• 1630

Mr. de Jong (Regina—Qu'Appelle): Okay. I'll very quickly pop three.

Did you do any comparative study of the cost of production between the private. . .and the CBC? In the age of convergence, is it still possible to regulate? Is there still a need for the CRTC? Maybe it is not a question of need, but can a regulator like the CRTC function? In the universe of 200, 300, whatever number of stations, the concern is not the number of stations but what you are going to put into it. One of the suggestions floating around is that the CBC gets out of broadcasting and concentrates just on production.

[*Traduction*]

M. Peters: Je ne crois pas. Si je voulais vraiment faire un cadeau aux radiodiffuseurs privés, je vous recommanderais que la SRC abandonne totalement la publicité. J'ai simplement suggéré qu'elle réduise le temps d'antenne publicitaire de douze à huit minutes par heure. À mon avis, un bon spécialiste du marketing. . .

M. Ianno: Ou une bonne spécialiste.

M. Peters: . . .ou une bonne spécialiste pourra tirer les mêmes recettes de huit minutes que de douze.

Mme Brown (Oakville—Milton): Je réfléchissais à cette idée des abonnés qui paieraient un droit. Cela va–t–il dans le sens de la télévision à péage? Autrement dit, achèterait–on la SRC en même temps qu'un éventail de services qui viennent s'ajouter au service de base?

M. Peters: Je suis sûr que vous constaterez que cela ne plairait pas beaucoup aux câblodistributeurs.

Mme Brown (Oakville—Milton): Non, en effet, je voulais simplement savoir ce que vous proposiez. Suggérez–vous que cela soit acheté en plus ou que cela fasse partie du forfait de base?

M. Peters: Que cela entre dans le forfait de base. Cela pourrait représenter un ou deux dollars. Ce sera au CRTC de décider.

Mme Brown (Oakville—Milton): Mais ceux qui n'ont pas accès au câble n'auraient pas accès à la SRC dans certains endroits. C'est cela?

M. Peters: Ils capteraient peut–être un signal en direct plutôt que le signal venant par câble.

M. Ianno: Ce ne serait donc pas national.

Mme Brown (Oakville—Milton): Cela va à l'encontre de ce qu'est censée faire la SRC—à savoir offrir aux Canadiens un véhicule qui leur permette de se parler entre eux—car si cela devenait payant, seuls ceux qui ont accès au câble pourraient y avoir accès.

M. Peters: La SRC est captée par 99 p. 100 de la population canadienne, soit en direct, soit par câble. Environ 93 p. 100 des téléspectateurs captent la SRC par câble. Ceux qui la captent en direct continueraient d'avoir accès à ce service.

Le président: Mais ils ne paieraient pas de droits.

M. Peters: Non.

Le président: Il faut absolument que nous accélérions. Une seule question de Simon et vous me permettrez peut–être d'en poser une dernière.

M. de Jong (Regina—Qu'Appelle): D'accord. Je vais très rapidement vous en poser trois.

Avez–vous fait une étude comparative quelconque des coûts de production entre le privé et la SRC? À l'ère de la convergence, est–il possible encore de réglementer? Le CRTC reste–t–il nécessaire? Peut–être ne devrais–je pas dire nécessaire, mais un organe de réglementation comme le CRTC a–t–il encore sa place? Dans l'univers de 200, 300, quel que soit le nombre de stations, le problème n'est pas le nombre de stations mais ce qu'elles vont présenter. Une des suggestions qui semblent circuler est que la SRC sorte de la radiodiffusion et se concentre sur la production.

[*Text*]

Mr. Peters: Yes, we did. You asked me a lot of questions in a short period of time. If I forget one of your questions, please remind me.

Mr. de Jong: Okay.

Mr. Peters: Backing up to your first question, everybody is producing drama now, and they're producing very good drama. When I left the business about three or four years ago, to produce a good drama like *E.N.G.*, electronic news gathering, costs at that time were about $800,000 a copy. Now that one–hour drama would cost you very close to $1 million to produce. There's virtually very little difference between the private and the public sector.

Your second question was. . .?

Mr. de Jong: Can you regulate?

Mr. Peters: Can you regulate? I think you have to regulate.

Mr. de Jong: Well, can you?

Mr. Peters: Yes, you can.

Mr. de Jong: I think we all agree you have to, but is it physically possible?

Mr. Peters: Yes, it is.

Mr. de Jong: Or is the technology such that—

Mr. Peters: Yes, you can.

Mr. de Jong: —an anarchy is going to exist out there?

Mr. Peters: Yes, you can. You can't under the existing Broadcasting Act, because things are moving so fast that the Broadcasting Act is obsolete now. As soon as the telephone companies get into the programming business, you have to put the two acts together.

The third question was. . .? I'm sorry.

Mr. de Jong: Did you consider the CBC getting out of broadcasting—and again we're talking about television—and just concentrating on production?

Mr. Peters: No, we did not, because it doesn't matter what network you're talking about. Let me use an American example.

NBC and ABC and CBS in the United States do not make any money out of their network service, in the crass commercial world of American television. Where they make their money is out of their owned and operated stations. So transposing that into Canadian terms, the Canadian stations should make the money for the CBC, and should make a great deal of money. Whether they do or do not, no one knows, because it's in all of those consolidated numbers that you get.

I think that should be broken up. But where you can make money, and a very good profit, is out of the local operation of those individual owned and operated CBC stations.

The Chairman: Thank you very much.

I suppose my final question would simply be this. If we're not going to build the CBC English television service of the 1990s on the BBC model of the 1950s but perhaps more directed towards a PBS model, are you really saying it is less of a mainstream attempt to be all things to all people, and more of a niche, specialized, focused, PBS kind of operation?

[*Translation*]

M. Peters: Oui, en effet. Vous m'avez posé beaucoup de questions en très peu de temps. Si j'en oublie une, rappelez–la–moi.

M. de Jong: D'accord.

M. Peters: Pour revenir à votre première question, tout le monde produit actuellement des dramatiques télévisées. Et on en fait de très bonnes. Quand j'ai quitté le secteur il y a environ trois ou quatre ans, pour réaliser une bonne dramatique télévisée, comme le reportage électronique, cela coûtait environ 800 000$ par émission. Maintenant, cette heure de dramatique télévisée coûterait tout près d'un million de dollars à réaliser. Il n'y a pratiquement pas de différence entre le secteur privé et le secteur public.

Votre deuxième question était. . .?

M. de Jong: Peut–on réglementer?

M. Peters: Peut–on réglementer? Je crois qu'il le faut.

M. de Jong: Est–ce possible?

M. Peters: Oui.

M. de Jong: Je crois que nous convenons tous que c'est nécessaire, mais est–ce physiquement possible?

M. Peters: Oui, monsieur.

M. de Jong: Ou la technologie est telle que. . .

M. Peters: Oui, c'est possible.

M. de Jong: . . . qu'il y aura l'anarchie de toute façon?

M. Peters: Oui, c'est possible. Ce n'est pas possible aux termes de la Loi actuelle sur la radiodiffusion parce que les choses vont tellement vite que cette loi est maintenant désuète. Dès que les compagnies de téléphone se lanceront dans la transmission d'émissions, les deux lois devront être regroupées.

La troisième question était. . .? Je suis désolé.

M. de Jong: Envisagez–vous que la SRC se retire de la radiodiffusion—et là encore nous parlons de télévision—et se concentre sur la production?

M. Peters: Non, nous ne l'avons pas envisagé parce que le réseau importe peu. Je prendrai un exemple américain.

NBC, ABC et CBS aux États–Unis ne font pas d'argent avec leur service de réseau dans le monde purement commercial de la télévision américaine. Là où ils gagnent de l'argent, c'est avec les stations qu'ils possèdent et gèrent. Donc, si l'on transpose cela dans le contexte canadien, les stations canadiennes devraient gagner de l'argent pour la SRC et devraient en gagner beaucoup. Quand à savoir si elles le font, personne ne le sait, parce que c'est dans tous ces chiffres consolidés que vous recevez.

J'estime que vous devriez obtenir une ventilation. Mais là où on peut gagner de l'argent, et de gros bénéfices, c'est dans l'exploitation locale des stations qui appartiennent à la SRC et qui sont exploitées par elle.

Le président: Merci beaucoup.

Ma question finale sera simplement celle–ci. Si nous ne construisons pas le service de télévision d'expression anglaise de la SRC pour les années quatre–vingt–dix sur le modèle de la BBC des années cinquante mais plutôt sur un modèle se rapprochant plus du modèle PBS, nous dites–vous en fait qu'il faudrait que ce soit moins un service général qui essaie d'être tout pour tout le monde et plus un service spécial, spécialisé du genre de PBS?

[*Texte*]

Mr. Peters: Yes, it is. If you ask the average Canadian walking down Sparks Street today what his attitude towards the Canadian Broadcasting Corporation is. . .he looks upon it as just another commercial station. When you tell him that the CBC receives a billion dollars a year to do that service, he will look at you and ask why.

My suggestion is that in my opinion it may be practical for us to be considering the American version of PBS rather than the version we have. Don't scrap what we have at the present time until we have a logical alternative.

The Chairman: It was a terrific presentation and I think well timed in view of everything.

Some hon. members: Hear, hear!

The Chairman: We don't often do that for witnesses, I tell you. Now we're going to make the other witnesses nervous.

• 1635

Thank you for coming such a distance to see us. We will get in touch. I think the correct route will be, Mr. Peters, to direct things through the clerk so we do not totally bombard you and we can also be privy to the answers.

We now turn, on this very interesting afternoon, to our second set of guests. We have a star–studded cast of Sandra Macdonald and Norm Stangl from the Canadian Film and Television Production Association; and Allan King and Paul Audley from the Directors Guild.

Mr. Hanrahan: Would it be appropriate to have a one–minute break just to get the buzz out of the air?

The Chairman: Sure. I think we're forced into it by circumstances as we speak.

• 1636

• 1639

The Chairman: Ladies and gentlemen, we're sorry we're under such pressure of time, but we appreciate your patience. We hope you found comfort and stimulation in the previous section. We'll be interested in getting your reactions to that as well.

• 1640

Let's start with the Canadian Film and Television Production Association. Welcome.

Ms Sandra Macdonald (President, Canadian Film and Television Production Association): Good afternoon. My name is Sandra Macdonald. I'm president of the Canadian Film and Television Production Association. With me today is Mr. Norm

[*Traduction*]

M. Peters: Oui. Si vous demandez au Canadien moyen qui se promène aujourd'hui rue Sparks ce qu'il pense de la Société Radio–Canada. . . il vous dira que ce n'est qu'une autre station commerciale. Si vous lui dites que la SRC reçoit un milliard de dollars par an pour offrir ce service, il vous demandera pourquoi.

J'estime donc qu'il serait probablement bon que nous envisagions la version américaine de PBS plutôt que la version que nous avons aujourd'hui. Ne vous débarrassez pas de ce que nous avons aujourd'hui tant que nous n'aurons pas une solution de rechange logique.

Le président: Ce fut un témoignage excellent et je pense que c'était le moment d'avoir cet échange.

Des voix: Bravo!

Le président: Nous n'applaudissons pas souvent nos témoins, vous pouvez en être sûr. Voici que nos prochains témoins vont avoir un peu peur.

Merci d'être venu de si loin pour nous rencontrer. Nous resterons en contact avec vous. Le mieux est sans doute de le faire par l'entremise de la greffière afin que nous ne vous bombardions pas trop de questions et que nous puissions également prendre connaissance des réponses.

Nous allons maintenant passer à notre deuxième série d'invités de cet après–midi des plus intéressants. Nous recevons toute une pléiade: Sandra Macdonald et Norm Stangl, de l'Association canadienne de production de film et de télévision, ainsi qu'Allan King et Paul Audley, de la Guilde des réalisateurs.

M. Hanrahan: Pourrions–nous faire une petite pause d'une minute?

Le président: Certainement. D'ailleurs, nous n'avons pas le choix.

Le président: Mesdames et messieurs, nous sommes malheureusement pressés par le temps, mais nous apprécions votre patience. Nous espérons que vous aurez trouvé le témoignage précédent réconfortant et stimulant. Nous aimerions également savoir ce que vous en pensez.

Commençons par l'Association canadienne de production de film et de télévision. Vous êtes les bienvenus.

Mme Sandra Macdonald (présidente, Association canadienne de production de film et de télévision): Bon après–midi. Je m'appelle Sandra Macdonald. Je suis la présidente de l'Association canadienne de production de film et de télévision.

[*Text*]

Stangl of Spin Productions of Toronto, who will be addressing some specific issues in the area of lab studios and post–production facilities which are of interest not only to our members but also to the International Teleproduction Society. I would add their name to your list of interveners in the sense that Mr. Stangl represents them.

The Canadian Film and Television Production Association is a national organization representing some 300 companies from coast to coast engaged in the production, distribution of films and television programs, and in the provision of services to the production industry.

CFTPA members are regular suppliers of programming to the CBC, particularly in the fields of drama, children's programs, variety, and documentaries. Some of the titles produced by our members with which the committee may be familiar are *North of 60*, *Road to Avonlea*, the Degrassi series, the Kurt Browning skating specials, and many more. Our members have also distributed programming to and for the CBC, and have been competitors with the CBC in the provision of facilities and services.

CFTPA members have been selling to, co–producing with, and competing with the CBC for many years, but over the last decade independent production has formed an increasing proportion of the CBC's non–news programming. Currently independent production accounts for approximately 50% of the CBC's programming other than news and sports. Consequently our members have a considerable opportunity to work with the corporation at both the network and local level.

We'll focus our programming comments and suggestions in our area of expertise, which is the provision of Canadian English–language programming in the under–represented categories of drama, variety, children's programming, and documentaries.

Just as a little aside, you may see from the package that although the written text is very short, the actual presentation we've given you is rather long.

The Chairman: We appreciate the distinction.

Ms Macdonald: There are some things you may find of interest in the long version, so I hope you'll read it, but I'm being ruthlessly short with what I'm going to focus my remarks on this afternoon.

The task before your committee is obviously a daunting one, but you are following a well–trodden path. In preparing to come before you today we decided to review the major inquiries, reports of parliamentary committees, government policy documents and CRTC decisions involving the CBC since 1980. As you'll see from our written presentation, it was a lengthy study. We examined over 30 major documents, which we've taken the liberty of summarizing for you.

Through all of these examinations there are certain themes that persist. There's been a discernible pattern of response by government, regulator, and the CBC itself, as a more or less continuous erosion of spending power over the last decade has

[*Translation*]

Je suis accompagnée aujourd'hui de Norm Stangl de Spin Productions de Toronto. Il vous parlera de certaines questions touchant les studios et les installations de postproduction qui intéressent non seulement nos membres, mais également l'International Teleproduction Society. J'ajouterais leur nom à votre liste d'intervenants en ce sens que M. Stangl les représente.

L'Association canadienne de production de film et de télévision est un organisme national qui représente environ 300 compagnies des quatre coins du pays qui produisent ou distribuent des films et des émissions de télévision ou qui fournissent des services au secteur de production.

Les membres de notre association fournissent régulièrement des éléments de la programmation de la SRC, surtout des dramatiques, des émissions pour enfants, des spectacles de variétés et des documentaires. Parmi les titres produits par nos membres que les membres du comité connaissent peut–être figurent *Au nord du 60e*, *Les contes d'Avonlea*, la série Degrassi, les émissions spéciales de patinage artistique consacrées à Kurt Browning et bien d'autres. Nos membres ont également joué le rôle de distributeurs de programmation auprès de la SRC et ils ont également été ses concurrents pour la fourniture d'installations et de services.

Mais cela fait des années que les membres de notre association vendent des émissions à la SRC, en coproduisent avec elle ou concurrencent la société d'État, mais depuis dix ans, la production indépendante représente une proportion de plus en plus importante de la programmation de la SRC, les nouvelles mises à part. La production indépendante constitue actuellement environ 50 p. 100 de la programmation de la SRC à part les nouvelles et le sport. Par conséquent, nos membres ont très largement l'occasion de travailler avec Radio–Canada aux niveaux tant national que local.

Nous mettrons l'accent sur notre domaine de compétence particulier qui est la fourniture d'une programmation canadienne de langue anglaise dans les catégories sous–représentées des dramatiques, des variétés, des émissions pour enfants et des documentaires.

Je signale en passant que, comme vous pouvez le voir dans la documentation que nous vous avons remise, le texte qui y figure est plus long que celui–ci.

Le président: Nous vous remercions de la distinction.

Mme Macdonald: La version longue contient certaines choses qui pourront vous intéresser et j'espère donc que vous la lirez, mais je vais être beaucoup plus brève cet après–midi.

Votre comité a une tâche très ardue, mais vous suivez un chemin bien tracé. Quand nous nous sommes préparés à comparaître devant vous aujourd'hui, nous avons décidé de passer en revue les enquêtes, les rapports des comités parlementaires, les documents de politique gouvernementale et les décisions du CRTC qui ont touché la SRC depuis 1980. Comme vous le verrez dans notre mémoire écrit, c'était une longue étude. Nous avons examiné une trentaine de documents importants que nous nous sommes permis de résumer à votre intention.

Certains thèmes se dégagent de tous ces examens. On constate qu'une érosion plus ou moins constante du pouvoir de dépenser a forcé le gouvernement, l'organisme de réglementation et la SRC à faire certains choix difficiles au

[*Texte*]

forced hard choices to be made. Since time is short I won't recapitulate the common themes we found. They're described, starting on page 31 of our written intervention. There are no surprises among them.

There have also been reasonably consistent patterns of response to the recommendations from these various independent studies and ministerial initiatives, which we've also described in our written remarks. There are a couple we'd like to highlight, and in fact following Mr. Peters it would a lot of fun to highlight some more, because he raised a lot of topics. But we'll contain it here.

One we wanted to focus on was the question of taxes. Throughout the studies there have been recommendations for additional taxes. Fund-raising recommendations for new taxes have in fact generally been implemented, but the money raised has gone to general revenue, not to the CBC. Even the first of these, the 6% cable tax in 1983 created to offset resources appropriated to create the broadcast fund at Telefilm, was never a dedicated tax, and the revenues rapidly outstripped what was being allocated to the agency. The subsequent telecommunications tax, and later the GST, which went also on VCRs, TVs and everything else, as we know, created no new resources for the CBC or for programming, although each of these things was a recommendation at some stage for raising money for the CBC.

• 1645

We recognize that there is an institutional aversion within the government to dedicated taxes, but it might be instructive to do a little quick math on the consumer-level taxes currently being collected on broadcasting alone. Canadian cable subscribers are currently paying both GST and PST on their monthly bills. The combined average of 15% applied to cable industry revenues in 1992 of just short of $2 billion therefore raises something in the order of $300 million annually. Canadian consumers are currently spending well over $2 billion a year on audio and video equipment. Once again, the PST and GST paid on these would be considerably in excess of $300 million annually.

I'm leaving the tax thing. There are many more taxes, but that's just for a start. We collect an awful lot of tax that goes into general revenue that many people have said should go to the CBC. If it did, then the CBC would have no problems.

There have also been consistent recommendations that the amount of programming acquired from independent producers should increase—not specifically or solely as a cost-saving measure, although that has been the effect. The proportion of non-actuality programming produced by independent producers has actually increased over the decade, to about 50%. Where it has stalled is due primarily to CBC labour agreements protecting in-house production.

Independently produced programs are every bit as popular with audiences as any programs of the same genre produced in house by the CBC and are typically licensed by the CBC at somewhere between 20% and 30% of the cost of production.

[*Traduction*]

cours de la dernière décennie. Comme nous disposons de peu de temps, je ne vais pas récapituler les thèmes communs que nous avons constatés dans ces documents. Nous les décrivons dans notre mémoire à partir de la page 31. Il n'y a là aucune surprise.

Pour ce qui est des suites données aux recommandations découlant de ces diverses études indépendantes et initiatives ministérielles, elles ont également été assez uniformes mais nous les décrivons aussi dans notre mémoire. J'aimerais en souligner une ou deux et il serait d'ailleurs amusant d'en signaler quelques autres après M. Peters vu qu'il a soulevé de nombreux sujets. Mais nous allons nous limiter.

Nous voulions notamment mettre l'accent sur la question des taxes. Les diverses études ont recommandé des taxes supplémentaires. En général, ces recommandations ont été suivies, mais les recettes ainsi perçues ont abouti dans le Trésor public et non pas dans les caisses de la SRC. Même la première de ces mesures, la taxe de 6 p. 100 sur la câblodistribution imposée en 1983 pour compenser les ressources affectées pour financer Téléfilm, n'a jamais été un impôt spécialement affecté et ces recettes ont vite dépassé ce que cet organisme recevait. La taxe sur les télécommunications, imposée par la suite et plus tard, la TPS, qui s'appliquait également aux magnétoscopes, aux téléviseurs et à tout le reste, n'ont rien apporté de plus à la SRC ou à la programmation même si chacune de ces taxes visait, au départ, à recueillir des fonds pour la SRC.

Nous savons que le gouvernement éprouve une certaine aversion contre les impôts spécialement affectés, mais il est instructif de calculer rapidement les taxes à la consommation perçues, rien que sur la radiodiffusion. Les abonnés au câble payent actuellement la TPS et la TVP sur leur facture mensuelle. Le taux moyen de 15 p. 100 qui a été appliqué aux revenus d'un peu moins de 2 milliards de dollars du secteur de la câblodistribution en 1992, a donc permis de recueillir environ 300 millions de dollars par an. Les consommateurs canadiens consacrent plus de 2 milliards de dollars par an au matériel audio et vidéo. Là encore, la TVQ et la TPS payées sur ces achats dépassent largement 300 millions de dollars par an.

Je vais laisser la question fiscale de côté. Il y a bien d'autres taxes, mais c'est seulement pour vous en donner une petite idée. Nous percevons toutes sortes de taxes qui sont versées dans le Trésor public alors qu'elles devaient servir à financer la SRC. Si c'était le cas, la SRC n'aurait pas de problème.

D'autre part, les unes après les autres, les études ont recommandé que la quantité de programmation achetée à des producteurs indépendants augmente et pas uniquement pour économiser, même si c'est ce qui s'est passé. Depuis 10 ans, la proportion d'émissions autres que des émissions d'actualité produites par des producteurs indépendants a augmenté, passant à 50 p. 100 environ. Si les choses ont bloqué, c'est surtout à cause des conventions collectives de la SRC qui protègent la production interne.

Les productions indépendantes ont tout autant de succès auprès de l'auditoire que les émissions du même genre produites par la SRC et cette dernière généralement ne paye que 20 à 30 p. 100 du coût de production.

[*Text*]

What options remain? We start from the assumption that there will be no increases in the CBC's parliamentary appropriation and that, despite promises made early in the mandate of the current government, there may well be cuts. We presume that the CBC will continue to regard its programming mandate as one that combines popular programming with programs for more specialized audiences and that concentrates its resources at the national and regional levels. We further presume that the CBC will continue its efforts to Canadianize its English television prime time schedule. We would regard all these directions as appropriate.

However, with ad revenue on television now accounting for 32% of expenditures for CBC television, I do the math differently. I don't account it against the entire revenues of the corporation. I account it against television revenues, because that's where it's earned. If you account the revenues against television, it's 32% of all programming and distribution costs of television. If you had to replace it, then the replacement factor would be very large indeed. It seems unlikely that replacement of advertising could be accomplished even in part without some combination of overhead savings and new revenue resources.

We address some of the possibilities for new approaches to advertising and economies in distribution and overhead on pages 33 to 35 of our report. Our principal recommendation to the committee, however, is in the area of independent versus in–house production and in the provision of facilities and services by the CBC.

The CBC has increased the amount of non–actuality programming in its schedule, as I've mentioned earlier, to something like 48% this year. This move was prompted by various studies and decisions taken over the last decade and other elements external to the CBC that have combined to stimulate considerable growth and maturing in the independent production sector.

I'm going to skip some stuff here.

We are sometimes asked if there is any way in which to compare the relative cost of an in–house and an independent production. After devoting some effort to the exercise, we concluded that there is not. First, every production is different. Second, we don't have access to the CBC's accounts and would have no way of understanding whether the allocation of overhead done by the corporation is in any way comparable to the way an independent producer would do it. Third, we work under quite different labour agreements; our writer and performer agreements, for example, pay higher upfront fees but less in residuals later.

We're going to say for the sake of argument that the cost is comparable. What we want to point out to you is that in anybody's arithmetic, if a broadcaster can license a program for as little as 30% of its production cost, it's a pretty impressive saving. The show isn't necessarily cheaper to make, but independent producers have access to some revenue sources such as public and private funds, tax incentives and co–production agreements—which the CBC does not—and as a

[*Translation*]

Quelles solutions nous reste–t–il? Nous partons du principe qu'il n'y aura pas d'augmentation des crédits affectés par le Parlement à la SRC et que, malgré les promesses du gouvernement actuel, il y aura peut–être des compressions. Nous supposons que la SRC continuera à offrir à la fois des émissions populaires et des émissions destinées à un auditoire plus spécialisé en concentrant ses ressources au niveau national et régional. Nous supposons également que la SRC poursuivra ses efforts pour canadianiser sa programmation télévisée anglophone aux heures de grande écoute. Ces orientations nous semblent souhaitables.

Cependant, étant donné que les recettes publicitaires de la télévision représentent maintenant 32 p. 100 des dépenses de la télévision de la SRC, je ferais le calcul différemment. Au lieu de compter les recettes totales de la Société, je compterais seulement les recettes de la télévision étant donné que c'est de là qu'elles proviennent. Les revenus publicitaires couvrent 32 p. 100 de la totalité des frais de programmation et de distribution de la télévision. S'il fallait remplacer ces recettes, le facteur de remplacement serait très important. Il est peu probable qu'il soit possible de remplacer la publicité, ne serait–ce qu'en partie, sans économiser sur les frais généraux et sans nouvelles sources de revenu.

Aux pages 33 à 35 de notre rapport, nous examinons les nouvelles possibilités en ce qui concerne la publicité et les économies réalisables sur le plan de la distribution et des frais généraux. Notre principale recommandation porte toutefois sur la production indépendante par opposition à la production interne et à la fourniture d'installations et de services par la SRC.

La Société Radio–Canada a porté à 48 p. 100 environ cette année, comme je l'ai déjà dit, la proportion de sa programmation indépendante, les émissions d'actualité non incluses. Cette initiative faisait suite à diverses études et décisions prises ces 10 dernières années et résultaient d'autres facteurs externes qui ont stimulé énormément la croissance et la maturation du secteur de la production indépendante.

Je vais sauter quelques passages.

On nous demande parfois s'il y a moyen de comparer le coût relatif d'une production interne et d'une production indépendante. Après nous être appliqués à cette tâche, nous avons conclu que cela n'était pas possible. Premièrement, toutes les productions sont différentes. Deuxièmement, nous n'avons pas accès aux comptes de la SRC et il nous est impossible de savoir si la façon dont cette dernière répartit ses frais généraux se compare à celle dont les producteurs indépendants le font. Troisièmement, nous travaillons dans le cadre de contrats de travail assez différents; nos contrats pour les auteurs et les artistes, par exemple, prévoient un cachet plus élevé au départ, mais des droits moins importants par la suite.

Disons que le coût est comparable. Nous voulons simplement faire valoir que, quelle que soit la façon de calculer, si un radiodiffuseur peut obtenir une émission pour seulement 30 p. 100 de son coût de production, cela représente une économie assez considérable. L'émission ne coûte pas nécessairement moins cher à faire, mais les producteurs indépendants ont accès à certaines sources de revenus comme les fonds publics et privés, les incitatifs fiscaux et les accords de

[*Texte*]

group they have a fairly impressive record in making foreign sales, which help cover the production costs.

[*Traduction*]

coproduction dont la SRC ne dispose pas et, collectivement, ils ont réalisé des ventes assez impressionnantes à l'étranger, ce qui contribue à couvrir les coûts de production.

• 1650

Starting January 1, there will be a new production financing fund based on contributions from the cable industry. Some would call it a tax. It will contribute a minimum of $30 million a year, possibly as high as $50 million a year, to new broadcast programming in drama, variety, documentary and children's programs made by independent producers. This fund will contribute one–third of the broadcaster licence commitment.

The CBC could readily avail itself of the opportunities presented by this and other external programming resources by increasing the proportion of programming it acquires from independent producers in categories other than news and sports. We see no reason why 100% of such programming shouldn't be made outside.

Aside from the direct benefit to the corporation's bottom line in programming costs, the ongoing cost savings, from a reduced staff complement and less need for facilities and equipment by outsourcing entertainment documentaries and children's programs, give the corporation the maximum creative flexibility in its programming.

I'd now like to ask Mr. Stangl to provide a few comments to the committee on the issue of the CBC using its surplus facilities and manpower to provide services to outside production in competition with the private sector.

Mr. Norm Stangl (President, Toronto Chapter, International Teleproduction Society): Thank you, Sandra, Mr. Chairman and committee members.

I'm pleased to be here today to bring to your attention the common concerns of a large sector of the total production facility base in southern Ontario. Specifically, we are the post–production companies of Toronto, and we are organized as a Toronto chapter of the International Teleproduction Society.

Our member companies combined generate in excess of $100 million of annual revenue and employ over 450 people. While a significant portion of our revenue originates in the United States, we have all founded our companies on the production business, which flows through many indigenous, independent and public production entities, including the CBC.

Our combined investments in technology and leaseholds exceed $10 million each year. We have established capacity in our market that adequately addresses the needs of that market, including market work that in our opinion would be most efficiently post–produced out–of–house by the CBC. The projected return on these investments has diminished considerably over the last 5 years, as budgets for production have decreased and producer expectations have increased.

Despite this condition, we have managed our businesses in a highly efficient manner and continue to be profitable. We are completely dependent on such profits in the future in order to support the ongoing development of our facilities and staff and remain, as we are today, world–class.

À compter du 1er janvier, il y aura un nouveau fonds de financement des productions alimenté par les contributions du secteur de la câblodiffusion. On pourrait appeler cela une taxe. Les câblodistributeurs verseront au moins 30 millions de dollars par an, peut–être même jusqu'à 50 millions, pour financer les dramatiques, variétés, documentaires et émissions pour enfants réalisés par des producteurs indépendants. Ce fonds devrait financer le tiers de la programmation présentée par les radiodiffuseurs.

La SRC pourrait facilement se prévaloir des possibilités qu'offre ce fonds et des autres sources de programmation externe en augmentant la proportion des émissions qu'elle achète à des producteurs indépendants dans les domaines autres que l'actualité et les sports. Nous ne voyons pas pourquoi ces programmations ne pourraient pas être réalisées en totalité à l'extérieur.

À part les économies directes que la SRC peut réaliser sur le personnel, les installations et l'équipement en achetant à l'extérieur des spectacles, des documentaires et des émissions pour enfants, cette formule lui confère le maximum de souplesse pour sa programmation.

Je voudrais maintenant demander à M. Stangl de vous parler un peu de l'utilisation des installations et de la main–d'oeuvre excédentaires de la SRC pour fournir des services qui concurrencent le secteur privé.

M. Norm Stangl (président, section de Toronto, International Teleproduction Society): Merci, Sandra, monsieur le président et membres du comité.

Je me réjouis de pouvoir porter à votre attention les problèmes communs à un vaste secteur des installations de production établies dans le sud de l'Ontario. Plus précisément, nous représentons les compagnies de postproduction de Toronto qui sont regroupées au sein de la section torontoise de l'International Teleproduction Society.

Ensemble, nos membres ont un chiffre d'affaires annuel de plus de 100 millions de dollars et emploient plus de 450 personnes. Une bonne partie de nos revenus provient des États–Unis, mais nos compagnies sont axées sur le secteur de la production, qui est alimenté par de nombreuses entités canadiennes, tant indépendantes que publiques, y compris la SRC.

Nos investissements totaux dans la technologie et les biens d'équipement dépassent 10 millions de dollars par an. Nous nous sommes dotés d'une capacité de production qui répond aux besoins du marché et nous offrons des services qui, selon nous, sont les meilleurs services de postproduction que la SRC obtient à l'extérieur. Le rendement prévu sur ces investissements a diminué énormément depuis cinq ans, les budgets de production ayant diminué tandis que les attentes des producteurs ont augmenté.

Malgré ces conditions, nous avons géré nos entreprises avec beaucoup d'efficacité si bien qu'elles continuent d'être rentables. Nous dépendons entièrement de cette rentabilité future pour pouvoir continuer à améliorer nos installations et nos effectifs et rester d'un calibre international.

[*Text*]

This distinction through the years has been affirmed time and time again through the presentation of many distinguished international awards to our member companies and through confidence shown by major clients in the selection of Toronto as a suitable place to shoot and post their projects.

We have reviewed information that has become apparent or been made available to us over the last couple of years, relative to the outstanding capacity and capability of the new CBC Toronto facilities. With this data in mind, and considering what appears to us to be the CBC's intentions to not only draw its own productions in–house but to also gradually encroach upon the private post–production market, which our companies compete for and depend upon, we are now deeply concerned that an erosion of our bottom line is just around the corner.

Our concerns have been articulated to the CBC on various occasions following its first announcement regarding the construction of new facilities. We have been repeatedly assured—on one occasion by the chairman himself—that the CBC was merely replacing existing capacity and we, the independent post–production community, should see no appreciable change in our market, with the exception of certain CBC–originated products.

While we do not profess to be experts on the inner workings of the corporation, it is now our opinion that current CBC facilities may already be several times greater in capacity than they were when Mr. Patrick Watson spoke to our chapter March 22, 1990.

Capacity issues aside, there has clearly been a sizeable capital commitment to technologies that are excessive in calibre and beyond what our group considers necessary at this time in our market. That this technology exists is the reality we must all deal with. How it is used in a competitive sense against our industry is of great concern to us, and there is no question that our chances of long–term survival are diminished accordingly.

• 1655

We would propose the following:

1. That a cap now be placed on further capital expenditures which increase capacity beyond its current level. This would include permanently setting aside the recent proposal to construct a film processing laboratory.

2. That the CBC be restricted from competing with the private facility sector, either directly or indirectly through broadcast license negotiations.

3. That the CBC be directed to utilize the independent facility base for all future requirements beyond that which can now be accommodated in house.

4. That our group would be further consulted, at the convenience of your committee, in the continuing investigation into the CBC and specifically its establishment and use of its facilities. In such a consultation we would hope to establish our views that CBC programming would be more efficiently post produced by our private sector companies.

[*Translation*]

Notre réputation s'est trouvée confirmée au cours des années par les nombreux prix internationaux qui ont été décernés à nos membres et la confiance dont nous ont témoigné nos principaux clients en choisissant Toronto pour le tournage et la postproduction de leurs films.

Nous avons examiné l'information qui a circulé depuis un an ou deux quant à la capacité exceptionnelle des nouvelles installations de la SRC à Toronto. Compte tenu de ces données et du fait que la SRC semble vouloir non seulement augmenter sa production interne, mais s'implanter graduellement sur le marché privé de la postproduction dont dépendent nos membres, nous craignons fort de voir notre situation financière s'effriter.

Nous avons fait valoir nos inquiétudes à la SRC à diverses reprises depuis qu'elle a annoncé la construction de ses nouvelles installations. Nous avons obtenu l'assurance—une fois de la bouche même du président—que la SRC se contentait de remplacer ses installations existantes et que le secteur de la postproduction indépendante ne constaterait pas de changement notoire dans son marché, sauf pour certaines productions internes de la SRC.

Nous ne prétendons pas connaître à fond les rouages de la Société d'État, mais nous estimons que ses installations actuelles ont déjà une capacité bien supérieure à ce qu'elle était quand M. Patrick Watson a pris la parole devant notre section, le 22 mars 1990.

Indépendamment de la capacité de production, la SRC a largement investi dans des technologies qui dépassent largement les besoins actuels du marché. Cette technologie existe et c'est une réalité à laquelle nous devons tous faire face. Ce qui nous inquiète beaucoup, c'est la façon dont on s'en sert pour concurrencer notre secteur, car il est certain que nos chances de survie à long terme diminuent d'autant.

Nous proposons ce qui suit:

1. Le plafonnement des nouvelles immobilisations qui augmenteront la capacité de production de la SRC au–delà de son niveau actuel. Il faudrait notamment rejeter définitivement les récents projets de construction d'un laboratoire de traitement de films.

2. Empêcher la SRC de concurrencer le secteur privé, directement ou indirectement, au moyen des négociations sur les licences de radiodiffusion.

3. Ordonner à la SRC d'utiliser les installations indépendantes pour tous ses besoins futurs auxquelles elle ne peut satisfaire actuellement au moyen de ses installations internes.

4. Consulter à nouveau notre groupe, quand cela vous conviendra, pour poursuivre l'examen de la SRC, plus précisément en ce qui concerne l'aménagement et l'utilisation de ses installations. Au cours de ces consultations, nous espérons pouvoir faire valoir que nos compagnies privées seraient mieux en mesure de se charger de la post–production de la programmation de la SRC.

[*Texte*]

Finally, it would be our view that the CBC, having now made significant investments in 1994 technology, adopt a policy of attrition, which would effectively enable the corporation to fully exhaust its current facility base over the next five to seven years and to gradually phase its post–production work back into the private sector.

I'm grateful for this opportunity to address you today and would welcome further dialogue as it is appropriate.

Ms Macdonald: I'll skip my last part because I'm very conscious of Mr. Audley's time being eaten up here.

The Chairman: Well, thank you. Unfortunately we're going to lose Mrs. Brown. I think we met before by teleconference, at the time of the funding of Telefilm debate—

Ms Macdonald: That is right.

The Chairman: —when we brought you and a colleague in from Calgary. It's funny how we meet through television.

Mr. Audley, you were going to summarize your impressive looking document, I gather.

Mr. Paul Audley (Policy and Research Consultant, Directors Guild of Canada): Yes, thank you, Mr. Chairman and committee members.

My name is Paul Audley and I'm here as policy and research consultant to the Directors Guild of Canada. On behalf of the guild, I want to express their appreciation for this opportunity to present their views.

I want to apologize and take personal responsibility for the fact that there is not a French–language text available. That is entirely my fault. There were simply too many deadlines for everything to get prepared on time. I hope, however, that I can summarize effectively the main points in the text.

First, I want to summarize some views concerning CBC's programming role and then address in more specific terms our views on the financing of the CBC and, more generally, of Canadian film and television production.

When the CBC was created 64 years ago, it represented a major initiative to capitalize on the nation–building potential of broadcasting. The CBC as a public enterprise was necessary because nothing else would work in a country as geographically challenged as Canada.

Whatever criticisms the guild may have of the CBC's performance, they grow out of a conviction that the CBC is at least as essential as ever to reflect the complex and diverse realities of Canada and to develop and sustain links among Canadians.

Our contribution to the work of your committee starts with the assumption that we are jointly involved in an endeavour to improve and strengthen the CBC. This exercise cannot be simply a discussion of dollars and cents or of jobs that engage directly over 9,000 people from Iqaluit to Windsor and many more indirectly, particularly in the independent production industry.

[*Traduction*]

Enfin, nous estimons que la SRC, qui a fait d'importants investissements dans la technologie de 1994, devrait adopter une politique de réduction progressive de ses activités qui lui permettra de rentabiliser ses installations actuelles au cours des cinq à sept prochaines années et de redonner graduellement ses travaux de post–production au secteur privé.

Je me réjouis d'avoir pu prendre la parole devant vous aujourd'hui et je me tiens à votre disposition pour la suite de ce dialogue.

Mme Macdonald: Je vais sauter la dernière partie de mon texte, car je sais que j'empiète sur le temps de M. Audley.

Le président: Merci. Malheureusement, nous allons perdre M^me^ Brown. Je pense que nous nous sommes déjà rencontrés lors d'une téléconférence, à l'occasion du débat sur le financement de Téléfilm.

Mme Macdonald: C'est exact.

Le président: . . .nous vous avions fait venir avec un de vos collègues de Calgary. C'est amusant de pouvoir se rencontrer par l'entremise de la télévision.

Monsieur Audley, je crois que vous allez nous résumer votre document impressionnant.

M. Paul Audley (consultant en politiques et recherche, Guilde des réalisateurs du Canada): Oui, monsieur le président et membres du comité.

Je m'appelle Paul Audley et je suis ici à titre de consultant en politiques et recherche auprès de la Guilde des réalisateurs. Je tiens à vous remercier, au nom de la Guilde, de nous avoir invités à faire connaître nos opinions.

Je tiens à m'excuser personnellement de ne pas avoir de texte en français. C'est entièrement de ma faute. Le temps nous a simplement manqué pour tout préparer dans les délais impartis. J'espère toutefois pouvoir vous résumer les principaux points de mon texte.

Premièrement, je voudrais récapituler certaines opinions concernant la programmation de la SRC et aborder ensuite plus en détail le financement de la Société Radio–Canada et, de façon plus générale, de la production canadienne de films et d'émissions de télévision.

Quand la SRC a été créée, il y a 64 ans, elle représentait une initiative importante visant à exploiter le potentiel qu'offrait la radiodiffusion pour bâtir une nation. La SRC est une entreprise publique qui joue un rôle indispensable parce qu'aucune autre formule ne pouvait fonctionner dans un pays aussi vaste que le nôtre.

Quelles que soient nos critiques à l'égard de la SRC, nous sommes convaincus que cette dernière est aussi indispensable que jamais pour refléter les diverses réalités du Canada et créer certains liens entre les Canadiens.

Nous contribuons aux travaux de votre comité parce que nous voulons participer à l'amélioration et à la consolidation de la SRC. Cet examen ne peut pas simplement porter sur les aspects financiers où les 9 000 personnes et plus qui travaillent directement pour la société d'État d'Iqualuit à Windsor, sans compter les emplois indirects encore plus nombreux, surtout dans le secteur de la production indépendante.

[*Text*]

So the first challenge is to assess whether there is a need for changes in the types of programming the CBC provides. Should there more of this and less of that, and so on?

In broad terms, we believe the corporation's English and French radio networks work well, and that apart from the continuous need for renewal, no significant change of direction is needed.

Similarly, the Newsworld service is important and valued, and its recently licensed parallel French–language service will just as much valued.

• 1700

The CBC's French–language television service also is seen as a critically important national institution. Whatever changes may be needed in the programming roles of these services, they do not appear to be fundamental.

Further, the legislative mandate that is contained in the 1991 Broadcasting Act seems appropriate, and is clear as legislation can and should be concerning the CBC's programming rule.

The exception to our general sense of satisfaction with the existing programming relates to the influence of growing commercial dependence on the French–language television service, but we've addressed this issue largely in relation to the CBC's English–television service. We also defer to others who will come and speak to you concerning the CBC's other services, particularly on the French–language side.

The guild's principal concerns are with regard to CBC's programming in English television and, in particular, the English television network. Our concerns relate particularly to the CBC's sharply reduced regional role, and particularly to its reduced role in regional drama and entertainment programming and talent development, as well as the influence of increasing dependence on commercial revenue on programming.

High levels of professional sports in the prime time CBC schedule and the inadequate contributions in drama, performing arts, documentary and children's programming are also a concern. All of these concerns, however, are interrelated, and as the CRTC recognized in its recent renewal of the CBC's television network licences, substantial changes by the CBC and substantial improvements in its performance are not possible without a reversal of the past decade of harsh cut–backs in CBC funding.

The guild would strongly favour a reduction in CBC's dependence on commercial revenues and substantial reductions in the resources allocated to sports, including both air time and money. We would also favour an increase in drama, expanded regional production, and increased performance programming of all kinds, but we recognize the unavoidable link between funding and these goals for a refocused and revitalized English television service. Without the money there is no way that major changes can be made, and that is reflected in the CRTC licence renewal decision.

[*Translation*]

Il faut donc commencer par voir si des changements s'imposent dans le genre de programmation qu'offre la SRC. Faudrait–il augmenter ou diminuer certains de ces aspects, par exemple?

De façon générale, nous estimons que la radio anglophone et francophone de la SRC fonctionne bien et qu'à part la nécessité d'un renouvellement continu, aucun changement de cap important ne s'impose.

Également, le service Newsworld est un service important et très apprécié, et son parallèle francophone qui vient d'obtenir une licence le sera tout autant.

La télévision francophone de la SRC est également une institution nationale d'une importance critique. Quels que soient les changements nécessaires dans la programmation de ces services, ils ne semblent pas essentiels.

De plus, le mandat législatif énoncé dans la Loi sur la radiodiffusion de 1991 semble adéquat et aussi clair qu'une loi peut et doit l'être en ce qui concerne le rôle de la SRC sur le plan de la programmation.

Nous sommes donc généralement satisfaits de la programmation existante sauf en ce qui concerne l'influence de la dépendance commerciale grandissante de la télévision francophone, mais nous avons surtout abordé le problème par rapport au service de télévision anglophone de la SRC. Nous laisserons à d'autres que nous, qui viendront vous parler des autres services de la SRC et surtout de la télédiffusion francophone, le soin de faire le tour de cette question.

La guilde se préoccupe surtout de la programmation de la télévision anglaise de la SRC. Nos inquiétudes concernent particulièrement la nette réduction de son rôle régional, surtout en ce qui concerne les dramatiques et les spectacles ainsi que la promotion de nouveaux talents et l'influence d'une dépendance croissante des recettes commerciales sur la programmation.

La grande importance accordée aux sports professionnels dans les heures de grande écoute et la programmation insuffisante sur le plan des dramatiques, des arts de la scène, des documentaires et des émissions pour enfants nous préoccupent aussi. Toutefois, tous ces problèmes sont liés les uns aux autres et, comme la SRC l'a reconnu lors du récent renouvellement de sa licence de télévision, elle ne pourra pas apporter des changements et des améliorations importantes si l'on ne revient pas sur les compressions budgétaires brutales de ces 10 dernières années.

La guilde est nettement en faveur d'une réduction de la dépendance de la SRC vis–à–vis des recettes commerciales de même qu'une réduction importante des ressources attribuées aux sports, tant en ce qui concerne le temps d'antenne que le financement. Nous serions également en faveur d'une augmentation des dramatiques, des productions régionales et des spectacles de tout genre, mais nous reconnaissons que le financement a une importance fondamentale pour la revitalisation du service de télévision de langue anglaise. Sans argent, il est impossible d'apporter des changements majeurs, et c'est ce que reflétait la décision du CRTC concernant le renouvellement de la licence.

[*Texte*]

The guild also recognizes that even if there were to be an expansion in the drama that CBC carries and an expansion in its performance programming, this would not provide adequate air time for distinctively Canadian performance programming, and particularly drama.

Heritage Minister Dupuy very recently established an advisory committee to advise him on the creation of alternative programming services. The mandate of that committee includes identifying potential revenue sources for these additional outlets for Canadian programming. Since the CBC itself is an obvious potential participant in alternative programming services, your committee may wish to make contact with this working group.

However, this entire issue of strengthening the CBC and strengthening Canadian television programming, including the creation of alternative programming services, has to be looked at in the context of declining federal support for culture.

From 1984–85 to 1993–94, CBC funding grew at half the rate of increase in the defence budget, half the rate of growth in program spending, and half the rate of inflation. If CBC funding had kept pace with the defence budget the corporation would have had an additional $186 million in 1993–94. This could have been accomplished, in fact, if defence spending had grown by 38.6% rather than 41%. Clearly, the CBC has not been a priority. The CBC's ability to fulfil its cultural mandate, however, has also been compromised by the Draconian cut–backs in overall cultural funding that occurred from 1989–90 to 1993–94.

[*Traduction*]

La guilde reconnaît également que même si la SRC diffusait davantage de dramatiques et de spectacles, cela ne laisserait pas suffisamment de temps d'antenne pour une programmation spécifiquement canadienne, surtout pour ce qui est des dramatiques.

Le ministre du Patrimoine, M. Dupuy, a tout récemment mis sur pied un comité consultatif qui doit le conseiller pour la création de services de programmation différents. Ce comité est chargé de mettre en lumière les sources de revenus potentiels pour ces nouveaux débouchés qui s'ouvriraient à la programmation canadienne. Comme il serait normal que cela intéresse la SRC, votre Comité pourrait communiquer avec ce groupe de travail.

Toutefois, il faut envisager la consolidation de la SRC et la programmation télévisée canadienne, y compris la création de services de programmation de rechange dans le contexte de la réduction de l'aide fédérale à la culture.

De 1984–1985 à 1993–1994, le financement de la SRC a connu une croissance moitié moindre que le budget de la Défense, les dépenses de programmes ou le taux d'inflation. Si le financement de la SRC avait augmenté au même rythme que le budget de la Défense, la société d'État aurait disposé de 186 millions de dollars de plus en 1993–1994. En fait, cela aurait été possible si les dépenses de la Défense s'étaient accrues de 38,6 p. 100 au lieu de 41 p. 100. De toute évidence, la SRC n'a pas été jugée prioritaire. Cependant, ses capacités à s'acquitter de son mandat culturel ont également été compromises par les coupes draconiennes dans le financement global de la culture que le gouvernement a effectuées entre 1989–1990 et 1993–1994.

• 1705

In summary, direct and indirect spending on culture declined from $2.9 billion in 1989–90 to $1.8 billion in 1993–94, a reduction of 37% or $1.1 billion. You'll find attached to our written brief a detailed account of exactly where those reductions occurred. Clearly, culture generally has also not been a priority over the past decade. These broader cultural cut–backs have all directly affected Canadian programming.

Pour résumer, les dépenses directes et indirectes consacrées à la culture ont baissé, passant de 2,9 milliards de dollars en 1989–1990 à 1,8 milliards en 1993–1994, ce qui représente une réduction de 1,1 milliard de dollars ou 37 p. 100. Vous trouverez en annexe à notre mémoire écrit un compte–rendu détaillé de ces réductions. Il est évident que la culture, en général, n'a pas non plus passé en priorité au cours des 10 dernières années. Et ces réductions plus générales dans le domaine culturel ont toutes touché directement la programmation canadienne.

Telefilm Canada was cut by $34 million or 20% between 1989–90 and 1993–94. The capital cost allowance incentive for private investment in Canadian films and television programs was also reduced in 1989, and will disappear at the end of this year, resulting in a further reduction in indirect public investment in Canadian programming.

Le budget de Téléfilm Canada a été réduit de 34 millions de dollars, soit 20 p. 100, entre 1989–1990 et 1993–1994. La déduction pour amortissement visant à favoriser les investissements privés touchant la production de films et d'émissions de télévision canadiens a également été réduite en 1989 et disparaîtra à la fin de cette année, ce qui entraînera une nouvelle baisse des investissements publics indirects dans le domaine de la programmation canadienne.

In opposition, the Liberal Party condemned the cuts to the cultural agencies, stating that the Conservative government had done "serious damage to Canada's national institutions". This, they argued, reflected the Tories' failure to appreciate the importance of both cultural and industrial development—industrial, because Canadian production had been the source of rapidly expanding employment throughout the 1980s. Employment in independent Canadian production alone in fact had increased from 6,800 jobs in 1983 to 29,000 in 1988.

Lorsqu'il était dans l'opposition, le Parti Libéral condamnait les compressions imposées aux organismes culturels et affirmait que le gouvernement Conservateur avait causé des dommages graves aux institutions nationales du Canada. Il affirmait que cette situation reflétait le fait que les Conservateurs n'avaient pas saisi toute l'importance du développement culturel et industriel—industriel, parce que la production canadienne avait entraîné une hausse rapide de l'emploi tout au long des années quatre–vingt. Dans le domaine de la production indépendante seulement, le nombre d'emplois au Canada était passé de 6 800 en 1983 à 29 000 en 1988.

[*Text*]

The red book committed the Liberal Party to stable multi–year funding for national cultural institutions such as the CBC. We presume that this means a commitment to at least current levels of funding. In the case of the CBC, this means finding, through the current process in which your committee is involved, at the very least the funds to offset the $100 million reduction that will otherwise occur after 1995–96. Even if these funds are found, the CBC says that it will have a further shortfall of $80 million in the fifth year, and this will require substantial operating efficiencies which the CBC, as we understand it, feels can be achieved.

However, none of this will do anything to offset any reduction that might be desirable in the CBC's commercial revenues or to expand its involvement regionally or to expand its involvement in more expensive types of Canadian programming. It also does nothing to provide the stable funding promised to other cultural agencies, and of course our particular concern is with Telefilm Canada as well as the CBC.

The unavoidable fiscal crisis confronting Canada of course sharpens the focus on this funding dilemma. What, then, is the funding required? Prior to the 1993 election, organizations representing Canadian producers, distributors, directors, and performers got together to seek from each political party a commitment that they would, at a minimum, rescind the further post–1993–94 cuts to the CBC and Telefilm Canada that had been announced in the 1993 budget; in addition, to seek the creation of a refundable investment tax credit to stimulate private investment in Canada films and television programs, and to increase funding to the CBC and Telefilm Canada by 5% annually.

It seems to the guild that this remains a reasonable position. The 5% would lead to an aggregate increase in funding to CBC and Telefilm of just under $340 million in the fifth year. Not bad if you say it fast. Replacing some or all of the CBC's $300 million advertising revenue would require correspondingly larger increases. It may well appear to be a modern–day equivalent of tilting at windmills for the guild or your committee to talk of such expenditures in the current fiscal crisis. However, we do so with the confidence that the resources could be found and that, as in 1930, it is a question of political will.

There are two possible approaches that might and in our view should be considered if the government did wish to proceed with a bold strategy to strengthen Canada as a distinct society in North America and to pursue renewed growth in the cultural sector.

[*Translation*]

Dans son Livre rouge, le Parti Libéral s'était engagé à fournir un financement pluri–annuel stable aux institutions culturelles nationales comme la SRC. Nous présumons que cet engagement signifiait que les Libéraux voulaient au moins maintenir les niveaux de financement actuels. Dans le cas de la SRC, cela signifie qu'il faudrait trouver, grâce au processus dans lequel votre Comité est actuellement engagé, au moins les fonds nécessaires pour compenser la réduction de 100 millions de dollars qui aura lieu autrement après l'année 1995–1996. Et même si il était possible de trouver ces fonds, la SRC affirme qu'elle aura en plus un manque à gagner de 80 millions de dollars au cours de la cinquième année, ce qui exigera une augmentation substantielle de l'efficacité des opérations de la SRC qui, d'après ce que nous avons pu comprendre, pense que ce serait faisable.

Cependant, aucune de ces mesures ne permettra de compenser les réductions qui pourraient s'avérer nécessaires au niveau des recettes commerciales de la SRC, de sa présence dans les régions ou de la production d'émissions canadiennes plus coûteuses. Elles ne permettent pas non plus d'assurer le financement stable promis aux autres organismes culturels, et nous sommes bien sûr particulièrement inquiets de la situation de Téléfilm Canada, tout comme de celle de la SRC.

La crise financière inévitable à laquelle le Canada doit faire face donne évidemment un nouveau relief à ce dilemme en matière de financement. Quels sont donc les fonds nécessaires? Avant les élections de 1993, les organisations représentant les producteurs, les distributeurs, les réalisateurs et les artistes canadiens se sont réunies pour chercher à obtenir de tous les partis politiques l'engagement qu'ils abrogeraient au minimum les mesures annonçant les nouvelles compressions dans le budget de 1993 au sujet de la SRC et de Téléfilm Canada, après l'année 1993–1994; ces organisations ont en outre demandé la création d'un crédit d'impôt remboursable à l'investissement pour stimuler l'investissement privé dans le domaine du cinéma et de la télévision au Canada, ainsi qu'une augmentation de 5 p. 100 par année dans les budgets de la SRC et de Téléfilm Canada.

La Guilde juge que cette position demeure raisonnable. Cette augmentation de 5 p. 100 permettrait globalement d'accorder à la SRC et à Téléfilm des fonds supplémentaires représentants un peu moins de 340 millions de dollars pour la cinquième année. Ce n'est pas mal à première vue. Le remplacement d'une partie ou de la totalité des recettes de publicité de la SRC, qui s'élèvent à 300 millions de dollars, nécessiterait des augmentations correspondantes. On aura peut–être l'impression que la Guilde ou que votre comité se battent contre des moulins à vent quand ils évoquent des dépenses de cet ordre–là étant donné la crise financière actuelle. Mais nous sommes convaincus qu'il serait possible de trouver les ressources nécessaires; tout comme en 1930, c'est une question de volonté politique.

Le gouvernement pourrait—et devrait, à notre avis—envisager deux possibilités s'il voulait adopter une stratégie dynamique pour faire véritablement du Canada une société distincte en Amérique du Nord et pour assurer une croissance renouvelée du secteur culturel.

[*Texte*] [*Traduction*]

• 1710

The first is to reallocate some defence spending to culture and communications. The second is to rebalance the flow of funds in the culture and communications sector, redirecting significant funds from the hardware and distribution components of the system, or from overall commercial revenues, into the production of Canadian cultural works. They are not mutually exclusive options, obviously.

La première option consiste à réaffecter à la culture et aux communications une partie du budget de la défense et la deuxième, à rééquilibrer la circulation des fonds dans le secteur de la culture et des communications, en réorientant une bonne partie de ces fonds, des éléments de «quincaillerie» et de distribution, ou de l'ensemble des recettes de la publicité, vers la production d'oeuvres culturelles canadiennes. De toute évidence, ces deux options ne s'excluent pas mutuellement.

The first option, reallocation of defence spending, has been explored persuasively by Franklyn Griffiths in a November 1993 paper titled *Canada as a Sovereign State*. I don't know whether committee members have had a look at it, but it's a valuable paper.

La première option, c'est–à–dire la réaffectation du budget de la défense, fait l'objet d'un examen très persuasif de Franklyn Griffiths, dans un document intitulé *Canada as a Sovereign State*, publié en novembre 1993. Je ne sais pas si les membres du Comité ont pu y jeter un coup d'oeil, mais c'est un document très intéressant.

This approach involves a recognition that:

> For Canada, defence of sovereignty comes down to our ability to nourish the processes that hold us together as a people with purposes and a destiny of our own on the continent of North America. Defence of sovereignty is *au fond* a matter of culture, political culture very much included.

Cette option implique la reconnaissance de la situation suivante:

> Pour le Canada, la défense de sa souveraineté se résume à sa capacité à alimenter les mécanismes qui nous unissent en tant que peuple ayant ses propres objectifs et sa propre destinée sur le continent nord–américain. La défense de la souveraineté est au fond une question de culture, ce qui inclut nettement la culture politique.

He argues that the political culture of civility that we like to think has characterized Canada, and should in the future, is embedded in and depends on the shared experience of participating in a national culture. He notes that civility comes easier when people know one another, when they see they have something in common, when in images and sound and print they freely experience and voice what joins them. The vital thing here is not culture understood in terms of products but the potential for these artifacts to knit large numbers of people together in experiencing their own reality.

L'auteur affirme que la culture politique faite de la civilité dont nous aimons à croire qu'elle caractérise jusqu'ici le Canada, et qu'elle devrait le caractériser à l'avenir, s'inscrit dans l'expérience commune de la participation à une culture nationale, et dépend de cette expérience. Il note que la civilité vient plus facilement quand les gens se connaissent les uns les autres, quand ils constatent qu'ils ont quelque chose en commun, quand ils peuvent vivre et exprimer librement ce qui les unit, par l'image, le son et l'écrit. Ce qui est essentiel ici, ce n'est pas la culture en terme de produit mais bien le potentiel qu'ont ces objets culturels d'unir un grand nombre de personnes dans une expérience commune de leur propre réalité.

Griffiths clearly shares the view the Liberal Party stated before the election, arguing that in the erosion of federal support for the cultural sector, especially since the late 1980s, we have a self–inflicted wound that threatens not only our unity but our capacity for choice. Arguing not just for high culture but for a broad popular shared culture, he says the Canadian people need to experience themselves, their country, and the world around in newscasts and current affairs programs, in television and radio programs, in movies, books, and so on, produced by Canadians and not by others for other markets.

Griffiths est de toute évidence du même avis que le Parti Libéral, avant les élections, et affirme que l'érosion du soutien fédéral au secteur culturel, surtout depuis la fin des années quatre–vingt, constitue un acte d'auto–mutilation qui menace non seulement notre unité, mais notre capacité de faire des choix. Faisant l'apologie non seulement d'une culture élitiste, mais d'une vaste culture populaire, il affirme que les Canadiens ont besoin de se connaître eux–mêmes, de connaître leur pays et d'appréhender le monde dans des émissions d'information et d'affaires publiques, dans des émissions de télévision et de radio, dans des films, des livres, etc., qui soient produits par des Canadiens et non par d'autres, pour d'autres.

The Chairman: I wonder if we could just summarize this point and the next one. That would be helpful.

Le président: Pourriez–vous s'il–vous–plaît résumer cet élément et le suivant. Cela nous aiderait.

Mr. Audley: Yes, we could. I'm sorry.

M. Audley: Oui. Excusez–moi.

He goes on basically to argue that to the degree funds can be transferred, revenue must now go from defence to culture and communications.

L'auteur dit ensuite, en gros, que dans la mesure où ces fonds sont transférables, il faut maintenant consacrer moins de fonds à la défense et davantage à la culture et aux communications.

Dealing with the CBC specifically, he argues that the CBC ought to be turned around and allowed to become an authentic public broadcaster again. As indicated earlier, a very slightly slower rate of increase in defence spending from 1984–85 to

En ce qui concerne plus précisément la SRC, il indique qu'elle devrait changer de rôle complètement et qu'il faudrait la laisser redevenir un véritable radiodiffuseur public. Comme nous l'avons vu tout à l'heure, un ralentissement minime du rythme

[*Text*]

1993–94 would have permitted the government to make no cuts to the CBC. Every 1% reduction in defence spending would permit an increase of over $100 million in the funds allocated to the CBC or to Canadian culture generally.

You will be familiar with the second option already, I presume. It is to look at sources of revenue that might be used to provide additional funds to the CBC. When the GST was implemented, the tax on cable and on telecommunication services declined from a rate of 11% to a rate of 7%. The result was a substantial reduction in taxation, in the case of cable about $65 million. In the case of the telecommunications services tax, it is a figure I have never been able to establish with any certainty because there was an exemption that resulted in less revenue than the $600 million that would otherwise have resulted.

With a full–scale review of the GST under way, the time seems ideal to consider at least restoring the levels of taxation of cable and of telecommunication services that existed before 1991. But as Sandra has noted, that won't necessarily find its way into government funding.

The Chairman: I think we're straying into other areas here. If you could just summarize in a sentence, Mr. Audley. . .

Mr. Audley: In essence, what we're saying is that if there is a political will to do it, and if it gets incorporated into the process of making budget decisions, there is the capacity to keep the promise of stable funding to the CBC and Telefilm, there is the capacity to create the tax credit we'd like to see created, there is the capacity to create alternative programming services. The real issue is whether the political will exists.

• 1715

The Chairman: Thank you very much. I could say to the committee that you can either say we're running 15 minutes late or you can say the afternoon session, if it were to equal the morning sessions, has 15 minutes to go. I will choose the latter interpretation for purposes of the discussion. I think what we should try to do is restrict ourselves to about five minutes, understanding that we're pushed.

Mme Tremblay: M^me^ Tremblay ne veut pas être déplaisante, mais elle n'a pas de texte en français. J'ai bien compris les excuses de monsieur, mais je pense qu'on a là un très bel exemple du fait qu'on a chacun nos façons de fonctionner et chacun notre personnalité. Pour ma part, j'aime avoir les textes à l'avance pour pouvoir les lire. J'aime me faire ma propre idée et je suis capable de lire toute seule. Cela fait 35 ans que je lis des textes à la journée longue comme professeur. Je trouve cela très difficile avec les journées qu'on fait. Je n'ai pas du tout d'amertume. Il ne faut pas que vous preniez cela mal ou personnellement, mais je n'ai aucune question.

Mr. Hanrahan: Thank you, Mr. Chairman. I concur that we should be given texts as early as possible. If we're given them as we speak at this time of day, it's very, very difficult for us to digest much of this material.

[*Translation*]

d'augmentation du budget de la défense, entre 1984–1985 et 1993–1994, aurait permis au gouvernement d'éviter toutes les compressions qu'il a imposées à la SRC. Chaque réduction de 1 p. 100 dans le budget de la défense permettrait d'augmenter de plus de 100 millions de dollars les fonds alloués à Radio Canada ou à la culture canadienne en général.

Vous connaissez probablement la deuxième option. Elle consiste à examiner les sources de revenu qui pourraient être utilisées pour verser des fonds supplémentaires à la SRC. Au moment de l'adoption de la TPS, la taxe sur les services de câblodistribution et de télécommunication est passée de 11 p. 100 à 7 p. 100, ce qui a entraîné une baisse substantielle de recettes fiscales, d'environ 65 millions de dollars dans le cas du câble. Pour ce qui est de la taxe sur les services des télécommunications, je n'ai jamais pu établir de chiffre avec certitude parce qu'il y avait une exemption qui faisait que les revenus de cette taxe étaient en fait inférieurs aux 600 millions de dollars qu'elle aurait rapportés autrement.

Puisque le gouvernement est en train d'examiner la TPS en profondeur, le moment semble idéal pour envisager de rétablir au moins les taxes sur les services de câblodistribution et de télécommunication à leur niveau d'avant 1991. Mais, comme Sandra l'a souligné, cela ne se répercutera pas nécessairement dans les crédits gouvernementaux.

Le président: Je pense que nous nous écartons du sujet. Si vous pouviez résumer tout cela en une phrase, monsieur Audley. . .

M. Audley: Ce que nous disons, en gros, c'est que s'il en a la volonté politique et s'il tient compte de tout cela dans ses décisions budgétaires, le gouvernement serait capable de tenir sa promesse d'accorder un financement stable à la SRC et à Téléfilm, le crédit d'impôt que nous souhaitons pourrait être mis sur pied, et il serait possible de créer de nouveaux services de programmation. Ce qu'il faut savoir, c'est si cette volonté politique existe.

Le président: Merci beaucoup. Chers collègues, nous pouvons soit dire que nous avons 15 minutes de retard, soit supposer qu'il nous reste encore 15 minutes pour cette séance d'après–midi, pour qu'elle ait la même durée que la séance du matin. Je préfère la dernière interprétation, pour les besoins de notre discussion. Mais je pense que nous devrions essayer de nous limiter à environ cinq minutes puisque nous n'avons plus beaucoup de temps.

Mrs. Tremblay: I don't want to be objectionable, but I don't have a French text. I understood the excuses we have been presented, but I think this is a very good example of the fact that we each have our own ways and our own personality. I for one like to have documents in advance so that I can read them. I like to form my own opinion and I can read by myself. I have been reading documents for 35 years all day long as a teacher. I find it very difficult with the kind of days we have. I'm not bitter at all. I don't want you to take this personally or to take exception to it, but I have no question.

M. Hanrahan: Merci, monsieur le président. Je suis d'avis moi aussi que nous devrions recevoir les textes le plus tôt possible. Quand on nous les distribue au moment même de la discussion, à cette heure–ci, il est vraiment très difficile pour nous d'assimiler ces documents.

[*Texte*]

Now, having said that—

Mr. Ianno: Mr. Hanrahan, may I just add my two cents' worth very quickly and let you continue?

I agree that if we do not have it beforehand, then ruffling through all of this and trying to listen at the same time makes it very difficult. I understand from the other committee I was on that often the witnesses do not have the material prepared beforehand. Well, maybe we should schedule them later—after they have it prepared.

The Chairman: Well, it's a difficult balancing act of trying to schedule—

Mrs. Tremblay: It's not fair for the witnesses, because I don't feel at ease to ask questions if I don't understand all the stuff. I need to understand before I ask questions.

The Chairman: Well, we're caught between trying to get on with the job—

Mrs. Tremblay: Do they live far away? They could come back another time. We will have time to go over the paper and ask them questions and exchange with them. I think it would be fairer than—

The Chairman: What we could do is proceed for the time being and then decide if we would like to invite you back, if we would get in touch with you. We apologize as well for the pressure under which you've been put. We have a mandate to talk to an awful lot of people in quite a short time about a very important subject and you've been very patient in participating.

Ms Brown.

Ms Brown (Oakville—Milton): Are you suggesting we're not going to have any questions?

The Chairman: Oh, no, I'm not suggesting that at all. I'm suggesting we carry on and if we find that unsatisfactory, we return.

So, Mr. Hanrahan, I heard a "having said that," which leads me to believe you might have the odd question.

Mr. Hanrahan: Well, I appreciate your intervention. It gave me a chance to find some of my material here.

The first thing I want to find out—and this is probably the most basic question one could ask—is what is the relationship of the Canadian Film and Television Production Association with the CBC? Can you explain that, just basically?

Ms Macdonald: The association itself obviously just meets the CBC occasionally, but our members, the companies who produce programs, have a range of relationships, the most common one being that a producer has a program he thinks would be of interest to the CBC, he goes to the CBC and asks if that will fit their schedule, whether they have an interest, and would they care to buy it. If the CBC says yes, they proceed to talk about money and the CBC then will say, okay, they can

[*Traduction*]

Maintenant, cela dit. . .

M. Ianno: Monsieur Hanrahan, me permettez-vous de dire deux mots, après quoi je vais vous laisser continuer?

Je suis d'accord avec vous; si nous n'avons pas les textes à l'avance, il est très difficile de les parcourir et d'essayer d'écouter en même temps. D'après ce que j'ai pu constater pendant les séances de l'autre comité dont je fais partie, il arrive souvent que les témoins n'aient pas préparé de document à l'avance. Eh bien, nous pourrions peut-être leur demander de comparaître plus tard, une fois qu'ils auront préparé quelque chose.

Le président: Vous savez, il est très difficile d'essayer d'organiser. . .

Mme Tremblay: Ce n'est pas juste pour les témoins parce que je ne me sens pas à l'aise pour poser des questions si je ne comprends tout ce qu'on m'a présenté. J'ai besoin de comprendre avant de poser des questions.

Le président: Eh bien, nous devons à la fois essayer de faire avancer les travaux. . .

Mme Tremblay: Est-ce qu'ils habitent loin? Ils pourraient revenir à un autre moment. Nous aurons alors eu le temps de parcourir leur document et nous pourrons leur poser des questions et dialoguer avec eux. Je pense que ce serait plus juste que. . .

Le président: Nous pourrions poursuivre la discussion pour le moment et décider ensuite si nous voulons inviter les témoins à revenir et si nous pouvons communiquer de nouveau avec eux. Nous nous excusons nous aussi de la pression que nous vous avons imposée. Nous avons pour mandat de rencontrer un nombre impressionnant de personnes en très peu de temps, pour discuter d'un sujet très important, et vous avez déjà été très patients de bien vouloir participer à nos travaux.

Madame Brown.

Mme Brown (Oakville—Milton): Voulez-vous dire que nous ne poserons aucune question?

Le président: Oh, non, ce n'est pas du tout ce que je suggère. Je propose que nous poursuivions nos travaux et que nous convoquions à nouveau les témoins si nous ne sommes pas satisfaits.

Donc, monsieur Hanrahan, puisque vous avez dit «cela dit», je suppose que vous avez une question à poser.

M. Hanrahan: Eh bien, je vous remercie de votre intervention. Vous m'avez permis de m'y retrouver dans ma documentation.

La première chose que j'aimerais savoir—et il s'agit probablement de la question la plus élémentaire que nous puissions poser—c'est quels sont les liens entre l'Association canadienne de production de film et de télévision et la SRC? Pouvez-vous nous expliquer en gros quels sont ces liens?

Mme Macdonald: Évidemment, l'association elle-même ne rencontre la SRC qu'à l'occasion, mais nos membres, c'est-à-dire les entreprises qui produisent des émissions, ont des liens avec elle sur divers plans; ce qui se passe le plus couramment, c'est que lorsqu'un producteur a une émission qu'il juge susceptible d'intéresser la SRC, il rencontre les gens de là-bas et leur demande si l'émission pourrait s'intégrer à la programmation de la SRC, s'ils sont intéressés et s'ils veulent

[*Text*]

offer *x* amount of money for the opportunity to air this program. Commonly it would be twice a year for two years. If it's a children's program, it might be more frequently for a longer period of time.

Mr. Hanrahan: Do you deal with any networks other than the CBC?

Ms Macdonald: We deal with all of them. We deal with CTV, we deal with all of the specialty services that carry entertainment programming of any kind.

Mr. Hanrahan: But would it be correct, and I don't mean to imply anything other than the question, to assume that if the the CBC's budget were to double, that would be a big plus for your association?

• 1720

Ms Macdonald: Not necessarily. It would depend on what the CBC people decided to spend. At the present time, of course, they do all their news in–house, which makes perfect sense to us. They do almost all of their sports in–house, with people who are employed by them. They do about 50% of the rest of the programming in–house, with people who are employed by them; we do the balance. If they were to get a significant increase in money and spend it all on the programming they do in–house, it would make no difference to us.

The Chairman: It might actually work against you.

Ms Macdonald: It would work against us, presumably.

Mr. Hanrahan: In your paper you talked about *North of 60, Road to Avonlea* and so on. You implied in one part of the paper, I think, that you can produce these more cheaply. It would be at 30%.

Ms Macdonald: Perhaps I could just point out to you that I said the programs aren't cheaper to produce; it's that the CBC, by acquiring them in this fashion, only has to pay 30% of the cost of production. The balance of the cost of production comes from other sources.

The Chairman: What would be the comparable figure for CBC itself?

Ms Macdonald: The CBC frequently argues that because they have economies of scale, they can be more efficient than independent producers. Everybody who's tried to come to a conclusion on a quantifiable basis about whether there are cost efficiencies on one side or other of the equation said that making the proper evaluation is a hopeless task.

An hour–long, high–quality drama is going to cost $850,000 to $1 million an hour, in–house or outside. A children's animation program is going to cost $350,000 for half an hour, in–house or outside. The issue is really not that it's fruitful to try to evaluate who's more efficient, but how does the CBC get the most value for the money it has.

[*Translation*]

l'acheter. Si la SRC dit oui, il est alors question d'argent et la SRC peut décider de leur offrir un certain montant pour avoir la possibilité de diffuser l'émission en question. En général, cela se fait deux fois par année pour deux ans. Dans le cas des émissions pour enfants, cela peut se faire plus souvent, pour une plus longue période.

M. Hanrahan: Faites–vous affaires avec d'autres réseaux à part la SRC?

Mme Macdonald: Nous faisons affaires avec tous les réseaux, avec CTV, avec les services spécialisés qui diffusent des émissions de divertissement de toutes sortes.

M. Hanrahan: Mais pouvons–nous supposer—et je ne veux rien sous–entendre en vous posant cette question—que si le budget de la SRC devait doubler, ce serait nettement avantageux pour votre association?

Mme Macdonald: Pas nécessairement. Tout dépend de ce que les gens de la SRC décideraient de dépenser. À l'heure actuelle, ils font bien sûr toutes leurs émissions d'information eux–mêmes, ce qui est tout à fait logique d'après nous. Ils font aussi presque toutes leurs émissions sportives, avec des gens qu'ils embauchent eux–mêmes. La moitié environ du reste de la programmation se fait sur place, par des gens embauchés par la SRC, et nous faisons le reste. Si la SRC devait recevoir beaucoup plus d'argent et le dépenser en totalité pour la réalisation d'émissions maison, cela ne ferait aucune différence pour nous.

Le président: Cela pourrait en fait vous faire du tort.

Mme Macdonald: Oui, peut–être.

M. Hanrahan: Vous avez parlé dans votre document des émissions *North of 60*, *Road to Avonlea* et autres. Vous avez laissé entendre dans ce document, il me semble, que vous pourriez les produire pour moins cher, c'est–à–dire à 30 p. 100.

Mme Macdonald: Permettez–moi de vous signaler que j'ai dit que les émissions ne sont pas moins cher à produire, mais bien que la SRC, en les achetant de cette façon, n'a qu'à payer 30 p. 100 de leur coût de production. Le reste de ce coût de production vient d'autres sources.

Le président: Quels seraient les chiffres comparables pour la SRC elle–même?

Mme Macdonald: La SRC affirme souvent que, puisqu'elle bénéficie d'économies d'échelle, elle peut être plus rentable que les producteurs indépendants. Tous ceux qui ont essayé d'en arriver à une conclusion quantifiable au sujet des économies de coût d'un côté ou de l'autre de l'équation ont déclaré qu'il était absolument impossible d'en arriver à une évaluation exacte.

Une émission dramatique de haute qualité, d'une durée d'une heure, va coûter de 850 000$ à un million de dollars à produire, que ce soit sur place ou à l'extérieur. Une émission d'animation pour enfants va coûter 350 000$ pour une demi–heure, sur place ou à l'extérieur. Ce qui compte en réalité, ce n'est pas d'essayer d'évaluer qui est le plus rentable mais de savoir comment la SRC peut en avoir le plus pour son argent.

[*Texte*]

Mr. Hanrahan: Okay. Let me take one example, then I'll turn it over to that side of the room.

I understand you produce *Road to Avonlea*.

Ms Macdonald: One of our members, Sullivan Films, produces it.

Mr. Hanrahan: Right. The CBC televises it.

Ms Macdonald: Yes.

Mr. Hanrahan: However, it is also shown on a number of American networks, is it not?

Ms Macdonald: It's shown on Disney.

Mr. Hanrahan: Okay. So in that sense, you are private?

Ms Macdonald: All these companies are private companies.

Mr. Hanrahan: They are private companies that can sell to both the CBC and to any other network they can find a market for.

Ms Macdonald: Yes. Generally speaking, there are conventions as to how programmers sell to networks. Generally speaking, you sell to a network the exclusive right to air the program for a specified period of time in a geographic territory. So Disney does not come into Canada. Sullivan Films could not sell that program to another Canadian broadcaster in competition with the CBC. This is by the terms of the contract, which in this industry always deals with this issue of exclusivity.

Ms Brown (Oakville—Milton): I want to compliment Sandra for her presentation.

We'll have to look into the second half of that. I think you really need an understanding of all those pieces of equipment, etc. In other words, you think the Toronto broadcast centre has sufficient equipment to do the job that your private companies have now, in terms of post–production. Is that it?

Mr. Stangl: Actually, we feel there's an overcapacity. With the efficiency in our own industry by virtue of having to be very fruitful with the production dollars we have, we managed to put out a product, as I mentioned, that we feel is world–class, and is certainly recognized as being world–class.

• 1725

The other concerns are that we don't know what the accountability is in the stand–by time for a lot of the equipment at the CBC, whether it is in fact being used as effectively as it could be.

Our other concern, of course, is that if the CBC is looking for other revenues, they may look to selling these services, with the equipment they have, to our client base.

[*Traduction*]

M. Hanrahan: D'accord. Permettez–moi de vous donner un exemple, après quoi je vais laisser la parole à mes collègues de l'autre côté de la pièce.

Si je comprends bien, vous produisez *Road to Avonlea*.

Mme Macdonald: Cette émission est produite par un de nos membres, Sullivan Films.

M. Hanrahan: D'accord. Et la SRC la diffuse.

Mme Macdonald: Oui.

M. Hanrahan: Mais elle est également présentée sur un certain nombre de réseaux américains, n'est–ce pas?

Mme Macdonald: Elle est diffusée sur le réseau Disney.

M. Hanrahan: D'accord. Donc, en ce sens, vous êtes une organisation privée?

Mme Macdonald: Toutes ces entreprises sont des entreprises privées.

M. Hanrahan: Ce sont des entreprises privées qui peuvent vendre leurs produits à la SRC et à tous les autres réseaux pour lesquels elles peuvent trouver un marché.

Mme Macdonald: Oui. De façon générale, il existe des conventions sur les ventes des entreprises de production aux réseaux. Normalement, elles vendent à un réseau le droit exclusif de diffuser une émission pendant une période donnée, à l'intérieur d'un territoire géographique précis. Donc, Disney ne diffuse pas au Canada. Sullivan Films ne pourrait pas vendre cette émission à un autre diffuseur canadien qui serait en concurrence avec la SRC, conformément aux termes de ce contrat. Dans cette industrie, il y a toujours une clause d'exclusivité.

Mme Brown (Oakville—Milton): Je tiens à féliciter Sandra pour sa présentation.

Nous allons devoir examiner la deuxième partie de cette présentation. Je pense qu'il faudrait vraiment comprendre en quoi consiste toutes ces pièces d'équipement, par exemple. Autrement dit, vous pensez que le centre de diffusion de Toronto possède sufisamment d'équipement pour faire le travail que vous, les entreprises privées, faites actuellement, en termes de postproduction, n'est–ce pas?

M. Stangl: En fait, nous croyons qu'il y a surcapacité. Étant donné l'efficacité de notre propre industrie, puisque nous devons utiliser au maximum les dollars dont nous disposons pour la production d'émissions, nous réussissons à produire des choses, comme je l'ai mentionné, qui nous semblent de calibre mondial et qui sont certainement reconnues comme telles.

Ce qui nous préoccupe également, c'est que nous n'avons pas de données sur la période d'attente en service d'une bonne partie de l'équipement de la SRC, de sorte que nous ne savons pas exactement si cet équipement est en fait utilisé aussi efficacement qu'il pourrait l'être.

Notre autre crainte, bien sûr, c'est que si la SRC cherche d'autres sources de revenus, elle pourrait vouloir vendre ces services, avec l'équipement dont elle dispose, à notre clientèle.

[*Text*]

Ms Brown (Oakville—Milton): Is there more detail on that angle? You really did a summary. Is there more detail in here on that particular piece of the puzzle?

Mr. Stangl: We're embarking on getting more detail on that.

Ms Brown (Oakville—Milton): But you can get that to us, can you?

Mr. Stangl: We are planning to do so.

Ms Brown (Oakville—Milton): It's hard to talk about sets of equipment and down–time of equipment when you can't even visualize what kind of equipment you're talking about.

Mr. Stangl: Absolutely.

Ms Brown (Oakville—Milton): I think we could use more detail.

I'd like to move on. This is what I want to know, Mr. Audley. I want to know how many members the Directors Guild has; and does it have a board of directors that meets on a regular basis?

Mr. Audley: Yes, the Directors Guild represents about 1,200 directors, production and location managers, designers, art directors, editors, and their assistants across the country. We're organized into a series of regional district councils.

Ms Brown (Oakville—Milton): Is there a national board of directors?

Mr. Audley: There is a national executive board, yes. It meets regularly to deal with policy.

Ms Brown (Oakville—Milton): How regularly? Every month? Every two months?

Mr. Audley: At least quarterly, and by conference call as needed.

We represent exclusively English–language.

Ms Brown (Oakville—Milton): That's what we're focusing on anyway.

What I want to know is whether this document you've shown us today is a consensual document. Do these people meet and work this out in some kind of a consensus–eliciting process?

Mr. Audley: What has happened is that at the annual general meetings and meetings of the national executive board the issues are discussed. This particular brief you would find reflected earlier in submissions, for example, to the CBC network licence renewal, where we went through a lot of these questions about what CBC's English television service should look like and should be doing.

Ms Brown (Oakville—Milton): Are you a member of this Directors Guild, or are you someone they hire to articulate their thoughts?

Mr. Audley: Precisely; the latter.

Ms Brown (Oakville—Milton): Did this actual document—You talked about rushing to this deadline, and obviously you are an excellent writer, so probably everybody wants you to write their brief. I understand that. But did this pass at the board of directors?

[*Translation*]

Mme Brown (Oakville—Milton): Avez–vous plus de détails à ce sujet–là? Vous nous avez en fait présenté un résumé. Est–ce que vous avez ici plus de détails sur cette pièce du casse–tête?

M. Stangl: Nous sommes en train d'essayer d'en obtenir.

Mme Brown (Oakville—Milton): Mais vous pourriez nous en faire parvenir, n'est–ce pas?

M. Stangl: Nous en avons bien l'intention.

Mme Brown (Oakville—Milton): Il est difficile de parler d'équipement et de temps d'immobilisation quand on ne peut même pas visualiser de quoi il s'agit.

M. Stangl: Absolument.

Mme Brown (Oakville—Milton): Je pense que nous aurions besoin de plus de détails.

J'aimerais maintenant passer à autre chose. Je voudrais savoir, monsieur Audley, combien de membres compte la Guilde des réalisateurs, et si elle a un conseil d'administration qui se réunit régulièrement.

M. Audley: La Guilde des réalisateurs représente environ 1 200 réalisateurs, directeurs de production, régisseurs d'extérieurs, décorateurs, directeurs artistiques, monteurs et leurs assistants dans l'ensemble du pays. Notre organisation est divisée en une série de conseils de districts régionaux.

Mme Brown (Oakville—Milton): Y a–t–il un conseil d'administration national?

M. Audley: Oui, il y a un conseil de direction national, qui se réunit régulièrement pour discuter de notre orientation générale.

Mme Brown (Oakville—Milton): À quelle fréquence? Tous les mois? Tous les deux mois?

M. Audley: Au moins tous les trois mois, et par conférence téléphonique au besoin.

Nous représentons exclusivement le côté anglais.

Mme Brown (Oakville—Milton): De toute façon, c'est celui qui nous intéresse aujourd'hui.

Ce que je veux savoir, c'est si le document que vous nous avez présenté aujourd'hui résulte d'un consensus. Est–ce que ces gens se sont rencontrés pour s'entendre à ce sujet–là?

M. Audley: Ce qui s'est passé, c'est que ces questions ont fait l'objet de discussions lors des assemblées générales annuelles et des réunions du bureau de direction national. Le contenu de ce mémoire se trouvait déjà dans des mémoires précédents, par exemple dans celui qui portait sur le renouvellement de licences du réseau SRC; nous avions alors examiné bon nombre de ces questions sur ce que devrait être et ce que devrait faire le service de la télévision anglaise de Radio–Canada.

Mme Brown (Oakville—Milton): Êtes–vous membre de cette Guilde des réalisateurs ou si vous êtes embauché pour exprimer la pensée des membres de cette organisation?

M. Audley: En effet, c'est la deuxième hypothèse qui est la bonne.

Mme Brown (Oakville—Milton): Est–ce que ce document... Vous avez dit que le délai était très serré et il est évident que vous êtes un excellent rédacteur; donc, tout le monde voulait probablement vous faire écrire un mémoire. Je comprends cela. Mais est–ce que ce document a été approuvé par le conseil d'administration?

[*Texte*]

Mr. Audley: The policy position advocated in the brief is guild policy. The specific formulation of it has not yet had that stamp of approval.

Ms Brown (Oakville—Milton): The specific piece of it I want to talk about is your idea at the end. I know it's only an example, but it's a possible example. That is where you say that had defence spending not increased at the rate it increased at over the last few years, there would essentially have been sufficient funding for the CBC.

Mr. Audley: Yes, that part of it has been seen and approved by the national executive board of the guild, because it was in our CRTC submission.

Ms Brown (Oakville—Milton): I see. Are they enthusiastic about that?

Mr. Audley: Absolutely.

Ms Brown (Oakville—Milton): Those of us who are trying to pull the country back together again after a series of moves I would call a dismantling of our institutions know it's very difficult to do that without sufficient money; and there are those who say there is no money in the country and all we can do is cut things, such as cultural things, social programs, etc.. But it is interesting to me that an important section of the cultural community is actually saying in a public document, one going on the public record, that indeed money is there if the political will exists to divert it from one type of protection of sovereignty to another type of protection of sovereignty.

I heard Franklyn Griffiths talk at the defence hearings that were conducted in Toronto and was most impressed with his knowledge of defence matters. So it's interesting to me that you're quoting him as someone who sees the retention of institutions such as the CBC as an important bulwark against cultural disintegration and a fortress to keep our sovereignty intact.

• 1730

The Chairman: I'm afraid I have to intervene. It's a very important point to retain. I'm a little bit anxious that we—

Ms Brown (Oakville—Milton): I'm sorry, Mr. Chairman. I'm just thrilled that some group—

The Chairman: No, I too think it's an excellent point.

Ms Brown (Oakville—Milton): —could endorse an idea that gives us the feeling that some Canadians are willing to look at some rather drastic reallocations of funds in order to achieve sovereignty by the turn of the century, as opposed to thinking as though it's still 1945, which I find is somewhat current around here.

The Chairman: I couldn't possibly not have the final word from Mr. Audley on that point.

Mr. Audley: Not on that point, but I recognize that simply apologizing for not having a text to you in advance and not having a French-language text is not a very good response. I want to undertake to provide a French text as quickly as I can,

[*Traduction*]

M. Audley: La position énoncée dans ce mémoire reflète la politique de la Guilde, bien que sa formulation comme telle n'ait pas encore été approuvée à ce niveau-là.

Mme Brown (Oakville—Milton): Je veux parler plus précisément de l'idée que vous exprimez à la fin. Je sais que ce n'est qu'un exemple, mais c'est une possibilité. Je veux parler de l'endroit où vous dites que, si les dépenses consacrées à la défense n'avaient pas augmenté aussi rapidement au cours des dernières années, il y aurait eu des fonds à peu près suffisants pour la CBC.

M. Audley: Oui, le conseil de direction national de la Guilde a vu et approuvé cette partie du document parce que cela figurait dans notre mémoire au CRTC.

Mme Brown (Oakville—Milton): Je vois. Et est-ce que les membres du conseil étaient tout à fait convaincus par cet argument?

M. Audley: Absolument.

Mme Brown (Oakville—Milton): Ceux d'entre nous qui essaient de refaire l'unité du pays après une série de mesures que je qualifierais de démantèlement de nos institutions savent qu'il est très difficile d'y arriver sans avoir suffisamment d'argent; et il y en a qui disent que nous n'avons pas d'argent et que nous ne pouvons qu'effectuer des compressions, par exemple dans le domaine culturel, dans les programmes sociaux, etc. Mais ce que je trouve intéressant, c'est qu'une bonne partie de la communauté culturelle affirme dans un document public, qui va demeurer dans les annales, que nous aurions l'argent nécessaire si le gouvernement avait la volonté politique voulue pour le consacrer à un type de protection de la souveraineté plutôt qu'à un autre.

J'ai entendu le témoignage de Franklyn Griffiths lors des audiences sur la défense qui ont eu lieu à Toronto, et sa connaissance des questions militaires m'a beaucoup impressionnée. Je trouve intéressant que vous voyiez en lui quelqu'un qui considère le maintien d'institutions telles que Radio-Canada comme un rempart important contre la désintégration de la culture et une forteresse capable de préserver notre souveraineté.

Le président: J'ai peur de devoir intervenir. C'est un point très important à retenir. J'ai un peu peur que. . .

Mme Brown (Oakville—Milton): Je suis désolée, Monsieur le président. Je me suis emballée à l'idée qu'un groupe. . .

Le président: Non, je pense moi aussi que c'est un excellent argument.

Mme Brown (Oakville—Milton): . . .souscrive à une idée qui nous donne l'impression que certains canadiens sont prêts à envisager une réaffectation totale des fonds pour parvenir à la souveraineté d'ici la fin du siècle, au lieu d'agir comme si nous étions toujours en 1945, ce que je trouve assez courant ici.

Le président: Je ne pourrais pas ne pas laisser le dernier mot à ce sujet à M. Audley.

M. Audley: Pas à ce sujet, mais je reconnais qu'il ne suffit pas de s'excuser de ne pas vous avoir présenté mon texte à l'avance et de ne pas l'avoir fait traduire en français. Je m'engage à vous en fournir une version française le plus tôt

[*Text*]

to be available to respond to written questions or to questions by telephone, either from members themselves or from their staff. I certainly would be happy to return if you wish. I rarely fail to meet deadlines, and I'm embarrassed and recognize that it is not helpful to members.

The Chairman: We thank you for all of those very kind offers. You can see that all of you have certainly stimulated a very useful thought process in our minds in various ways.

Mr. Ianno has a question.

Mr. Ianno: I have two, and they're not quick. But I'll be as fast as I can.

Touching on the second point, have you thought about contacting Paul Martin to give him your advice on how he can balance his budget and work on reductions and speaking to David Collenette about the reduction of defence, considering the additional responsibilities that Canada has with the UN in mind, with Rwanda and Bosnia and all the rest? I'm curious to know if you've taken that into account in your number–crunching.

Mr. Audley: We have not yet talked to Mr. Collenette.

Mr. Ianno: In other words, so far you're saying here's some money, just move it over and pass it to this one here. Okay, no problem.

I'd like to go back to the points Hugh brought up earlier. I gather that CBC buys for 30% of your production overall. They'll pay for a certain *Avonlea* or whatever else. What would you sell to CTV?

Ms Macdonald: They are often competitive. It depends on the scale of the program. If you do a big costume drama with a lot of people in it, it costs the same amount of money. Basically, the cost that CTV pays for one of those big items tends to be the same as that paid by the CBC.

They have been backtracking a little bit in the last year or two, but at one point they were offering the same amount for a certain level of thing. They would do only one or two of those on CTV, whereas the CBC would do a larger number.

Mr. Ianno: So the larger number doesn't get a discount.

The next point is related. You might not be able to answer this, but when CBC does its own productions, is it selling to the American market in order to get a revenue from it?

Ms Macdonald: Sometimes. There are programs that are a hard sell in the American market. As a rule of thumb—this is not universal and there have been good exceptions—the more Canadian it is, the less likely you are to sell it or to sell it for a high price.

Mr. Ianno: So how are your people able to survive if CBC supplies only 30% of the revenue and yet you're still selling it to the American market?

Ms Macdonald: The more Canadian stuff tends not to have a large sale in the American market. The balance of the money tends to come from a variety of the other funding sources that are available to independent producers.

[*Translation*]

possible de manière à pouvoir répondre aux questions que les membres du Comité eux–mêmes ou leur personnel pourraient vouloir me poser par écrit ou par téléphone. C'est avec plaisir que je reviendrai vous rencontrer si vous le souhaitez. Il m'arrive rarement de ne pas respecter mes échéances et vous m'en voyez embarassé. Je reconnais que c'est difficile pour vous.

Le président: Nous vous remercions de toutes vos bonnes résolutions. Comme vous pouvez le voir, vous avez tous réussi à faire naître diverses idées utiles dans nos esprits.

Monsieur Ianno a une question.

M. Ianno: J'en ai deux, plutôt longues, mais je ferai aussi vite que je le peux.

Pour en revenir au deuxième point; avez–vous pensé à communiquer avec Paul Martin pour le conseiller sur les moyens à prendre pour équilibrer son budget tout en réduisant les dépenses, ou avec David Collenette pour lui parler de la réduction des dépenses militaires, étant donné les nouveaux engagements du Canada vis–à–vis de l'ONU, le Rwanda et la Bosnie, par exemple? Je serais curieux de savoir si vous avez tenu compte de tout cela dans vos calculs?

M. Audley: Nous n'avons pas encore parlé à M. Collenette.

M. Ianno: En d'autres termes vous dites qu'il y a de l'argent et qu'il suffit tout simplement de faire des transferts de fonds. Parfait.

J'aimerais revenir sur les points que Hugh a soulevés. Si je comprends bien, la SRC achète 30 p. 100 des émissions que vous réalisez. Elle peut se porter acquéreur, par exemple d'*Avonlea*. Quel genre d'émissions vendez–vous à CTV?

Mme Macdonald: Le réseau est souvent très concurrentiel. Tout dépend de l'importance de l'émission. Une grosse dramatique historique où il y a de nombreux figurants coûte la même chose. En réalité CTV paie à peu près la même chose que la SRC pour une grosse production de ce genre.

Ses prix ont un peu diminué au cours des deux dernières années, mais elle offrait à un moment donné à peu près le même prix pour un certain type d'émissions. Elle n'en présentait qu'une ou deux sur sa chaîne tandis que la SRC en achetait un plus grand nombre.

M. Ianno: Donc, le réseau qui achète un plus grand nombre d'émission n'a pas nécessairement droit à un rabais.

Ma question suivante est liée. Il se peut que vous ne puissiez pas répondre à cette question, mais lorsque la SRC réalise ses propres émissions, essaie–t–elle de les vendre sur le marché américain pour en tirer des revenus?

Mme Macdonald: Parfois. Il y a des émissions qui sont difficiles à vendre sur le marché américain. En règle générale—mais cette règle n'est pas universelle et il y a eu des exceptions surprenantes—plus sa saveur est canadienne, moins il y a des chances qu'une émission se vende ou qu'elle se vende à un prix élevé.

M. Ianno: Comment alors arrivez–vous à survivre si 30 p. 100 de vos revenus seulement vous viennent de la SRC et s'il est si difficile de vendre sur le marché américain?

Mme Macdonald: Les émissions à caractère plus canadien ne trouvent pas tellement de débouchés sur le marché américain. Le reste de nos fonds proviennent de diverses autres sources de financement auxquels les producteurs indépendants ont accès.

[*Texte*]

Mr. Ianno: So when they're buying from you, they're not buying as Canadian as they might be producing. Is that correct?

Ms Macdonald: It depends. You get into what is Canadian enough. Is *Avonlea* less Canadian than *Street Legal*? I don't know.

• 1735

The Chairman: This will be my only intervention, and then we'll have a final question from Simon.

I want to follow this point because I find it fascinating. I can't think of many things that are more Canadian than *Road to Avonlea*, the Degrassi series, the Kurt Browning special and *North of 60*. There's only one place that's north of 60, for Pete's sake; that's here. Yet you're saying that the end cost to CBC for showing those is about 30% of the production cost.

Ms Macdonald: Right.

The Chairman: If CBC were producing an equivalently Canadian thing, such as *The Road to Halifax* or something, can they do as well in the after–market? Why do they only have to pay 30. . .? Is that a fair—

Ms Macdonald: No, it's not quite. I could give you a percentage breakdown, shall we say, of one of the high–end dramas that CBC carries and where its sources of funding come from. Presume that 30% of the cost of the thing CBC is paying as a licence, not owning it. Then presume that probably 30% may be coming from Telefilm Canada.

The Chairman: In both cases.

Ms Macdonald: In both cases. The CBC can't get it directly. It can only get it through us. Telefilm Canada may be in for 30%. There may be a tax shelter deal involved in it that will generate 10% of the budget, so you're up to 70%. There is probably a subsequent sale two years down the road to a specialty service, the Family Channel or the Movie Channel, so say you're going to get another 10% of that. You're up to 80%. You may have either a provincial agency involved or a co–production partner, a foreign co–production partner. You could have 5%, 8%, 10% that way, highly variable. You could also have a range of foreign pre–sales and you could have out of that anywhere from 15% to 40% of the cost of production, depending on the production and the country you're selling it to, whether they pay a lot or a little, and whether it happens to be just one of the things that fills a niche someplace else.

For example, the Germans pay well and they love the stuff about mountains and Mounties and Indians. You can make a very good sale to Germany. Now, there's a lot of stuff we make that Germany is completely uninterested in, so it varies also with the genre of the program. For example, comedy is very peculiar. *Codco* is hard for foreigners generally to understand.

The Chairman: To anybody outside of Newfoundland.

Ms Macdonald: That's right. So there are things that don't get a U.S. sale or a foreign sale. *E.N.G.*, for example, has sold in 40 countries but not in the United States.

[*Traduction*]

M. Ianno: Donc, les émissions que vous lui vendez ne sont pas aussi «canadiennes» que celles qu'elle pourrait réaliser. Est–ce exact?

Mme Macdonald: Tout dépend. Diriez–vous qu'*Avonlea* est une émission moins canadienne que *Street Legal*? Je ne saurais le dire moi–même.

Le président: Ce sera ma seule intervention, puis Simon pourra poser une dernière question.

Je voudrais revenir sur cette question parce que je la trouve fascinante. Je ne peux pas penser à bien des choses qui soient plus canadiennes que *Road to Avonlea*, la série Degrassi, le spécial Kurt Browning et *North of 60*. Il y a un seul endroit au nord du 60e parallèle, bon Dieu, et c'est ici. Pourtant, vous dites qu'il en coûte à peu près 30 p. 100 des coûts de production à la SRC pour diffuser ces émissions.

Mme Macdonald: C'est exact.

Le président: Si la SRC devait produire une émission canadienne équivalente, du genre *The road to Halifax*, ferait–elle d'aussi bonne affaires sur le marché après coup? Pourquoi ne devrait payer que 30 p. 100. . .? Est–ce juste. . .

Mme Macdonald: Non, pas vraiment. Je peux vous donner une idée de ce qu'il en coûte à la SRC pour diffuser une bonne dramatique et vous indiquer d'où proviennent les fonds. Supposons que 30 p. 100 des coûts servent à payer un permis, dont la société n'est pas titulaire. Supposons ensuite qu'un autre 30 p. 100 provienne de Téléfilm Canada.

Le président: Dans les deux cas.

Mme Macdonald: Dans les deux cas. La SRC ne peut pas l'obtenir directement. Elle doit passer par nous. Donc, 30 p. 100 peuvent provenir de Telefilm Canada. Il se peut qu'il y ait quelque part un abri fiscal dont provient 10 p. 100 du budget, ce qui nous amène à 70 p. 100. Il se pourrait que l'émission puisse être vendue deux ans plus tard à un service spécialisé, comme le canal familial ou le canal de films, d'où un autre 10 p. 100. Cela nous amène à 80 p. 100. Il se pourrait aussi qu'un organisme provincial ait participé à la production ou qu'il y ait un co–producteur étranger. Il est ainsi possible d'aller chercher 5 p. 100, 8 p. 100 ou 10 p.100, tout dépend. Il pourrait aussi y avoir eu au préalable des ventes à l'étranger, qui peuvent représenter entre 15 et 40 p. 100 des coûts de production, tout dépendant de l'émission et du pays où elle est vendue, du prix payé et de la possibilité de trouver un créneau ailleurs.

Par exemple, les Allemands paient bien et ils aiment les émissions où il y a des montagnes, des polices montées et des Indiens. L'Allemagne est un excellent débouché. Il y a bien des productions qui n'intéressent pas l'Allemagne et tout dépend donc du genre d'émissions. Par exemple, la comédie est un genre bien à part. *Codco* est difficile à comprendre en général pour les étrangers.

Le président: Pour tous ceux qui ne sont pas de Terre–Neuve.

Mme Macdonald: C'est exact. Il y a donc des émissions qui ne se vendent pas aux États–Unis ou outremer. *E.N.G.*, par exemple a été vendu dans 40 pays, mais pas aux États–Unis.

[*Text*]

The Chairman: What I'm really trying to isolate is that when the CBC does the same kind of show, they don't have access to Telefilm directly. I don't know if they have access to provincial funds.

Ms Macdonald: No.

The Chairman: They're both coming out of the public purse in the larger scheme of things.

Are there certain things you can do as a private producer more efficiently in keeping that cost down to 30%, whereas the CBC cost, however you look at it, for an hour of equivalent television will never be 30%?

Ms Macdonald: In my last incarnation I was director general of television at the CRTC, and we had the best chance of anybody to try to figure out what the CBC's finances meant. We could never figure it out. The thing is that there is simply no way you can understand what their overhead cost is. I don't think they do, to tell you the truth. All I can say is that they have 9,000 employees, of whom about 4,000 are production staff, presentation staff, set, costume, technical. Those are permanent employees with pension plans and union agreements and all the rest of it.

Our companies, generally speaking, have a total complement in the company, if it's a big company, of 30 people. That's very large. All of the work that's done is done on a contract basis, project by project, so there is no ongoing obligation to pay people when they're not working. That's one thing you don't have in the private sector which the CBC obviously does, doing things in–house.

[*Translation*]

Le président: Ce que j'essayais de faire ressortir, c'est que la SRC, lorsqu'elle produit une émission de ce genre, n'a pas directement accès à Telefilm. Je ne sais pas si elle a accès à des fonds provinciaux.

Mme Macdonald: Non.

Le président: Dans les deux cas, l'argent provient du Trésor public.

Comme producteur privé, vous est–il plus facile de maintenir les coûts de production à 30 p. 100 alors que ceux de la SRC, peu importe l'angle sous lequel on les examine, seront toujours plus élevés pour une émission équivalente de télévision d'une heure?

Mme Macdonald: J'étais auparavant directrice générale de la télévision au CRTC, qui est mieux placé que n'importe qui pour s'y retrouver dans les finances de la SRC. Il n'y est jamais parvenu. Le problème, c'est qu'il n'y a aucun moyen de savoir quels sont au juste ses frais généraux. À vrai dire, je ne pense pas qu'elle le sache elle–même. Tout ce que je peux dire, c'est qu'elle a 9 000 employés, dont 4 000 à peu près s'occupent de la production, de la présentation, du plateau, des costumes et de tous les aspects techniques. Ce sont des employés permanents qui ont un régime de pension, une convention collective et autres choses du genre.

Généralement parlant, les entreprises de notre secteur comptent au total 30 employés, et je vous parle des plus grosses. Tout le travail est fait à contrat dans le cadre de projets précis, et il n'y a donc pas d'employés à payer lorsqu'ils ne travaillent pas. L'une des différences entre le secteur privé et la SRC, c'est de toute évidence que celle–ci fait tout sur place.

• 1740

The other thing is that our members, with one or two exceptions, don't own any facilities, so they're not paying taxes on buildings, they're not heating buildings. They're not paying for and updating equipment. They rent what they need when they need it for as long as they need it, and they don't have to maintain those costs.

The ways of working are very different. One presumes that if you operate in that way, in general it ought to be more efficient. But I couldn't, with all honesty, say to you I can prove it by a comparison to what the CBC does, because I can't.

The Chairman: But I think those are very useful remarks, and I thank you for them.

Mr. de Jong: I really appreciate your comments, because I too am trying to track down what comparison there is in terms of the cost of production. I also really thank you for your insight into how the CBC interfaces, especially in Toronto, with the private facilities. I think it's something this committee has to question the CBC much more thoroughly about, and get a better understanding of, because it seems to me that certain industries develop in part around the CBC. They're part of the scene. You're into production, so the production houses, the labs and so forth are there. People invest in them.

L'autre différence, c'est que nos membres, à une ou deux exceptions près, n'ont pas de studios, qu'ils ne paient pas de taxes foncières et qu'ils n'ont pas non plus à chauffer d'immeubles. Ils n'ont pas à acheter ni à entretenir de l'équipement. Ils louent ce dont ils ont besoin tant qu'ils en ont besoin et pendant aussi longtemps que cela leur convient et n'ont donc pas à engager des dépenses inutiles.

La façon de procéder est très différente. On pourrait supposer que notre façon de fonctionner est en général plus efficace mais, à vrai dire, je ne pourrais pas vous le prouver par comparaison avec la façon de procéder de la SRC.

Le président: Ce sont des observations très utiles, et je vous en remercie.

M. de Jong: Moi aussi, j'ai bien aimé vos observations parce que j'essaie de comparer les coûts de production. J'ai bien aimé aussi ce que vous avez dit au sujet des liens de la SRC, surtout à Toronto, avec l'entreprise privée. C'est une chose au sujet de laquelle le comité voudra interroger la SRC pour arriver à se faire une meilleure idée de la situation, parce qu'il me semble que certaines industries doivent leur existence à la société. Elles font partie du paysage. Vous vous occupez de production et il existe donc des maisons de production, des studios et j'en passe. Les gens y investissent de l'argent.

[*Texte*]

Then for the CBC to unilaterally pull the rug from underneath the private sector... Either you're part of the team and you encourage other co-productions—because in the end that's going to help the CBC too, because it means higher quality of production that it can access—or it's a lone ranger. It's an area we've got to check into further.

My question is directed to Paul as well. Are you at all knowledgeable about what types of grants, subsidies, etc., the private broadcasters would also get from government? We're talking about the CBC and the CBC getting tax money and revenue, but do the private broadcasters as well?

Mr. Audley: I guess it's a question of what you count. Because they depend largely upon independent producers to supply their Canadian entertainment programming, they indirectly benefit insofar as independent producers get Telefilm money, or money from the Ontario Film Development Corporation, or SOGIC in Quebec, or any agency, or insofar as there's tax shelter money included, which is shortly to vanish. It's primarily in that indirect way. But then you have to take into account that they are using a scarce public resource, and that other participants are limited in their ability to be involved.

So the question is what is the value to you or me of somebody handing us a licence for a television station in a big Canadian city? There certainly is a value to that. It's not a financial grant, but it grants you the ability to make money—

Mr. de Jong: To use the public airways.

Mr. Audley: —and to use the public airways.

Ms Macdonald: May I just add two things to that question?

The Chairman: Go ahead.

Ms Macdonald: The value of simultaneous substitution to private broadcasters has been calculated at being worth $90 million a year or thereabouts.

Mr. Hanrahan: Could you repeat that?

Ms Macdonald: The value to private broadcasters of the substitution of their signal via cable is worth about $90 million to them in increased advertising. Plus, there is a provision in the Income Tax Act that says that you can't deduct your advertising on foreign TV stations. The fact you can deduct on Canadian TV stations is a motivator for advertisers in Canada, and a demotivator for them to skip across to the border stations and enter the country by the back door.

• 1745

The Chairman: You get the sense, and you may feel this very strongly, that we could spend the rest of the afternoon, the evening and tomorrow together. It's been terrific, and we've enjoyed your presentations very much. I think they have been very useful in helping us formulate our ideas and questions. It has been a terrific afternoon, and on behalf of the committee I thank you very much.

[*Traduction*]

Par conséquent, si la SRC décidait unilatéralement de couper l'herbe sous les pieds du secteur privé... Soit que les sociétés fassent partie de l'équipe et encouragent d'autres coproductions—parce qu'elle va au bout du compte en profiter elle aussi, puisqu'elle aura accès à des émissions de meilleure qualité—soit qu'elle fasse cavalier seul. C'est une question que nous devrons examiner de plus près.

Ma question s'adresse à Paul également. Êtes-vous au courant du genre de subvention que les radiotélédiffuseurs pourraient eux aussi obtenir du gouvernement? Nous venons de dire que la SRC a droit à des déductions fiscales, mais n'est-ce pas le cas aussi des radiodiffuseurs privés?

M. Audley: Tout dépend de la façon dont on calcule. Parce qu'ils dépendent essentiellement de producteurs indépendants pour leur programmation canadienne, ils bénéficient indirectement de l'argent que ces derniers obtiennent de téléfilm, de la Société de développement de l'industrie cinématographie ontarienne, ou de la SOGIC au Québec, ou de tout autre organisme et aussi des abris fiscaux auxquels ils ont accès, mais qui vont bientôt disparaître. Je parlerai donc de subventions indirectes. Il faut cependant tenir compte du fait qu'ils utilisent une ressource publique rare, et que d'autres participants ont une capacité limitée d'accès.

La question à se poser est donc la suivante. Quelle valeur peut avoir pour vous ou moi un permis d'exploitation d'une station de télévision dans une grosse ville canadienne? Il a une certaine valeur. Ce n'est pas une subvention comme telle, mais il vous permet de faire de l'argent...

M. de Jong: En utilisant les ondes publiques.

M. Audley: ...et d'utiliser les ondes publiques.

Mme Macdonald: Est-ce que je pourrais ajouter deux petites choses?

Le président: Allez-y.

Mme Macdonald: On évalue à 90 millions de dollars par année à peu près la valeur de la substitution de signaux identiques pour les radiodiffuseurs privés.

M. Hanrahan: Pourriez-vous répéter ce que vous venez de dire?

Mme Macdonald: La substitution de leurs signaux grâce au câble représente 90 millions de dollars pour les radiodiffuseurs privés sous la forme d'une plus grande publicité. De plus, il y a une disposition de la Loi sur le revenu qui dit qu'on ne peut pas déduire sa publicité dans les stations de télévision étrangères. Le fait qu'ils peuvent déduire les frais engagés dans les stations de télévision canadiennes est un facteur de motivation pour les annonceurs au Canada et les décourage de passer par les stations limitrophes et d'entrer ainsi chez nous par la porte d'en arrière.

Le président: Comme vous pouvez le voir, nous pourrions consacrer le reste de l'après-midi, la soirée et toute la journée de demain à cette question. Nous avons été très heureux de vous rencontrer et nous avons beaucoup aimé vos exposés. Vous nous avez énormément aidé à remettre de l'ordre dans nos idées. Ce fut un après-midi magnifique et je tiens à vous en remercier au nom du Comité.

[*Text*]

Ms Macdonald: Thank you.

Mr. Audley: Thank you.

The Chairman: The meeting is adjourned.

[*Translation*]

Mme Macdonald: Merci.

M. Audley: Merci.

Le président: La séance est levée.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid / Port payé
Lettermail / Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

Individual presentation:

J.R. Peters.

From the Canadian Film and Television Production Association:

Sandra Macdonald, President;

Norm Stangl, Chapter President, International Teleproduction Society.

From the Directors Guild:

Paul Audley, Policy and Research Consultant.

TÉMOINS

À titre personnel:

J.R. Peters.

De l'Association canadienne de production de film et de télévision:

Sandra Macdonald, présidente;

Norm Stangl, «Chapter President, International Teleproduction Society».

De la Guilde des réalisateurs:

Paul Audley, Consultant en politiques et recherche.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

XC62
-C13

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 31

Thursday, October 6, 1994

Chairperson: John Godfrey

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule nº 31

Le jeudi 6 octobre 1994

Président: John Godfrey

Minutes of Proceedings and Evidence of the Standing Committee on

Canadian Heritage

Procès–verbaux et témoignages du Comité permanent du

Patrimoine canadien

RESPECTING:

Pursuant to Standing Order 108(2), a study of the Canadian Broadcasting Corporation

CONCERNANT:

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, une étude sur la Société Radio–Canada

---

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)



First Session of the Thirty–fifth Parliament, 1994

Première session de la trente–cinquième législature, 1994

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

Chairperson: John Godfrey

Vice–Chairs: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Members

Bonnie Brown (Oakville—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Associate Members

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

Diane Diotte

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

Président: John Godfrey

Vice–présidentes: Tony Ianno
Suzanne Tremblay

Membres

Bonnie Brown (Oakvillle—Milton)
Jan Brown (Calgary Southeast)
John Cannis
Christiane Gagnon
Roger Gallaway
Albina Guarnieri
Hugh Hanrahan
Glen McKinnon—(11)

Membres associés

Simon de Jong
Rey Pagtakhan
Louis Plamondon
Bob Ringma

(Quorum 6)

La greffière du Comité

Diane Diotte

Published under authority of the Speaker of the
House of Commons by the Queen's Printer for Canada.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre
des communes par l'Imprimeur de la Reine pour le Canada.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Ottawa,
Canada K1A 0S9

MINUTES OF PROCEEDINGS

THURSDAY, OCTOBER 6, 1994
(38)

[*Text*]

The Standing Committee on Canadian Heritage met at 9:07 o'clock a.m. this day, in Room 209, West Block, the Chair, John Godfrey, presiding.

Members of the Committee present: Bonnie Brown, Jan Brown, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Albina Guarnieri, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Associate Member present: Simon de Jong.

Other Member present: Shaughnessy Cohen.

In attendance: From the Research Branch of the Library of Parliament: René Lemieux, Research Officer.

Witnesses: From the Canadian Association of Broadcasters: Michael McCabe, President and CEO; Michel Tremblay, Executive Vice–President; Robert Scarth, Vice–President, Television. *From l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec:* Louise Baillargeon, President and General Director; Suzanne D'Amours, Assistant General Director.

In accordance with its mandate under Standing Order 108(2), the Committee resumed its study of the Canadian Broadcasting Corporation. (*See Minutes of Proceedings and Evidence, dated Thursday, September 22, 1994, Issue No. 26*).

Michael McCabe and Michel Tremblay from the Canadian Association of Broadcasters, each made a statement and, with the other witness answered questions.

At 10:07 o'clock a.m., the sitting was suspended.

At 10:17 o'clock a.m., the sitting resumed.

Louise Baillargeon and Suzanne D'Amours from l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, each made a statement and answered questions.

At 10:57 o'clock a.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Diane Diotte

Clerk of the Committee

PROCÈS–VERBAL

LE JEUDI 6 OCTOBRE 1994
(38)

[*Traduction*]

Le Comité permanent du patrimoine canadien se réunit à 9 h 07, dans la salle 209 de l'édifice de l'Ouest, sous la présidence de John Godfrey (*président*).

Membres du Comité présents: Bonnie Brown, Jan Brown, Christiane Gagnon, Roger Gallaway, John Godfrey, Albina Guarnieri, Hugh Hanrahan, Tony Ianno, Glen McKinnon, Suzanne Tremblay.

Membre associé présent: Simon de Jong.

Autre député présent: Shaughnessy Cohen.

Aussi présent: Du Service de recherche de la Bibliothèque du Parlement: René Lemieux, attaché de recherche.

Témoins: De l'Association canadienne des radiodiffuseurs: Michael McCabe, président et directeur général; Michel Tremblay, vice–président exécutif; Robert Scarth, vice–président, Télévision. *De l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec:* Louise Baillargeon, présidente et directrice générale; Suzanne D'Amours, directrice générale adjointe.

Conformément au mandat que lui confère le paragraphe 108(2) du Règlement, le Comité poursuit son étude de la Société Radio–Canada (*voir les Procès–verbaux et témoignages du jeudi 22 septembre 1994, fascicule nº 26*).

Michael McCabe et Michel Tremblay, de l'Association des radiodiffuseurs, font des exposés et, avec l'autre témoin, répondent aux questions.

À 10 h 07, la séance est suspendue.

À 10 h 17, la séance reprend.

Louise Baillargeon et Suzanne D'Amours, de l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, font chacun un exposé et répondent aux questions.

À 10 h 57, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

La greffière du Comité

Diane Diotte

[*Text*]

EVIDENCE

[*Recorded by Electronic Apparatus*]

Thursday, October 6, 1994

• 0907

The Chairman: Order, please. I think we will recognize the human frailty of our fellow members. They will undoubtedly be drifting in in the next little while, but we're anxious to get on with it.

We're delighted to have another star–studded cast here. Again, the session will be divided into two parts; the first 45 minutes is for the Canadian Association of Broadcasters. We've had dealings with the association before and we're delighted to welcome them back.

À 9h45, nous rencontrons l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec. Donc, nous avons une matinée bien chargée.

Without further ado, then, I will ask Mr. McCabe to introduce his team and take us through his presentation.

Mr. Michael McCabe (President and CEO, Canadian Association of Broadcasters): Thank you very much, Mr. Chairman. We're pleased to be here.

Members of the committee, I am Michael McCabe. I'm the president and CEO of the CAB. We're pleased to bring you our views today on the CBC's future.

With me today are Michel Tremblay, our executive vice–president; Rob Scarth, our vice–president of television; Jane Logan, our vice–president of radio; and Cynthia Rathwell, our legal counsel.

The CAB, as you undoubtedly know, represents the vast majority of private, over–the–air radio and television stations and networks across Canada. Of our television members, one–third are affiliates of the CBC, and that obviously affects the position we will put before you.

We have provided you with a bilingual version of our presentation today.

Canada in the mid–1990s, like most countries of the world, faces slower growth, mounting debt and wrenching changes for both the public and private sectors. Our national debt and the cold reality of competing in a global marketplace have led to a financial crisis that touches the life of every Canadian.

Virtually every undertaking in this country, either private or public, has had to rethink the way it operates. Most importantly, everyone has had to learn to live with less. We have seen the evidence in many sectors, as business after business is forced to lay off, cut back, change direction, rethink and renew or close its doors.

• 0910

You as parliamentarians have to deal with a public debt of over $500 billion and a public sector that is living beyond its means. You can't tax more and you can no longer postpone the tough decisions about how much we can afford and who should

[*Translation*]

TÉMOIGNAGES

[*Enregistrement électronique*]

Le jeudi 6 octobre 1994

Le président: À l'ordre. La nature humaine étant ce qu'elle est, nos collègues vont sans doute arriver bientôt l'un après l'autre, mais nous avons hâte de commencer.

Nous sommes ravis d'accueillir une nouvelle brochette de personnalités. Aujourd'hui encore, nous diviserons notre séance en deux parties; nous consacrerons les 45 premières minutes à l'Association canadienne des radiodiffuseurs. Nous l'avons déjà rencontrée et nous sommes ravis de l'accueillir à nouveau.

At 9:45, we will hear *l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec*. Therefore, our morning is going to be quite busy.

Sans plus attendre, je vais demander à M. McCabe de nous présenter son équipe et de nous faire son exposé.

M. Michael McCabe (président et directeur général, Association canadienne des radiodiffuseurs): Merci beaucoup, monsieur le président. Nous vous remercions de nous avoir invités.

Je m'appelle Michael McCabe. Je suis le président et directeur général de l'Association canadienne des radiodiffuseurs. C'est avec plaisir que nous vous présenterons aujourd'hui nos opinions quant à l'avenir de la SRC.

Je suis accompagné de Michel Tremblay, notre vice–président exécutif, de Rob Scarth, notre vice–président, télévision, de Jane Logan, notre vice–présidente, radio, et de Cynthia Rathwell, notre conseillère juridique.

Comme vous le savez sans doute, l'Association canadienne des radiodiffuseurs représente la majorité des stations et des réseaux privés de radio et de télévision du Canada. Le tiers de nos membres de la télévision sont affiliés à la SRC et c'est un facteur qui influe donc sur la position que nous allons vous présenter.

Nous vous avons remis une version bilingue de notre mémoire.

Au milieu des années 1990, comme la plupart des autres pays, le Canada connaît une croissance plus lente, une dette de plus en plus lourde et de profonds changements dans les secteurs public et privé. La dette nationale et la concurrence serrée qu'il faut affronter sur le marché mondial ont plongé le pays dans une crise financière qui se répercute sur tous les Canadiens.

Pratiquement toutes les entreprises du pays, qu'elles soient privées ou publiques, ont dû réviser leur façon de faire. Mais surtout, chacun a dû apprendre à se serrer la ceinture. Dans de nombreux secteurs, nous avons vu les entreprises obligées les unes après les autres, à congédier du personnel, réduire leurs dépenses, changer de cap, réviser leurs méthodes et se renouveler ou être forcées de fermer leurs portes.

En tant que parlementaires, vous devez faire face à une dette publique de plus de 500 milliards de dollars et à un secteur public qui vit au–dessus de ses moyens. Vous ne pouvez pas augmenter les impôts et vous ne pouvez plus différer les

[*Texte*]

get less. We are told there is a round of brutal cuts in the offing. Our social security system is going to have to be drastically reformed. If we don't do these things ourselves, international financial markets will impose their own far less discriminating solutions. The public sector, like the private sector, can no longer carry on business as usual.

Private broadcasters are going through the fire. Our revenues have been flat and technology adds to our competition daily. Radio has lost money for four years in a row, for a total of $150 million. Television lost money in 1991 for the first time in living memory and after several years of declining profits. We have cut services, jobs and stations, but we are starting to come back. We'll never be the same again. We'll be leaner and tougher.

CBC/Radio Canada is not exempt from these economic realities. It too must change and must do better with less. There is no possibility that the status quo can persist, that the CBC can go on doing business as usual. The technology, the broadcasting marketplace and government finances dictate that. We submit to you that the CBC does not have a revenue problem; it has a cost problem. That problem flows from trying to do everything for everybody when that is no longer possible or even necessary.

The CBC is a great national broadcaster but it is in trouble. Canadians need it to get out of trouble because it plays a central role, as the Broadcasting Act says, in the "maintenance and enhancement of national identity and cultural sovereignty". In a country as small as Canada, next to the world's entertainment powerhouse, only a publicly funded broadcaster can do many of the things we need done to survive as a nation.

We believe the CBC can not only survive but that it can be a stronger CBC that contributes more to this country. But it must change. It will have to be different.

In the past, government may have had the resources to support a CBC that was capable of delivering both national and regional services. It no longer has that luxury. Tough choices will have to be made.

The best choice for Canada is a strong, vibrant national public broadcasting service, in English and in French, across this country, dedicated to maintaining and enhancing our national identity and cultural sovereignty. CBC cannot continue to divide its energies and finite resources by supporting regional services across this country.

[*Traduction*]

décisions difficiles à prendre quant aux compressions à apporter. D'après ce que nous avons entendu dire, des coupes brutales se préparent. Notre système de sécurité sociale va devoir être réformé en profondeur. Si nous ne prenons pas ces mesures nous-mêmes, les marchés financiers internationaux nous imposeront leurs propres solutions qui seront beaucoup plus impitoyables. Comme le secteur privé, le secteur public ne peut plus continuer à agir comme il l'a fait jusqu'ici.

Les radiodiffuseurs privés sont aux prises avec de sérieuses difficultés. Nos revenus sont restés stationnaires tandis que la technologie renforce quotidiennement la concurrence. La radio est déficitaire depuis quatre ans et a perdu au total 150 millions de dollars. En 1991, la télévision a perdu de l'argent pour la première fois de son existence après avoir vu ses profits diminuer pendant plusieurs années. Nous avons effectué des coupes dans les services, les emplois et les stations, mais nous commençons à reprendre du poil de la bête. Nous ne serons plus jamais comme avant. Nous serons plus frugaux et plus coriaces.

La SRC n'est pas à l'abri de ces réalités économiques. Elle doit changer elle aussi et faire mieux avec moins. Le statu quo ne peut pas être maintenu et la SRC ne peut pas continuer à opérer comme avant. La technologie, le marché de la radiodiffusion et les finances publiques lui imposent des changements. Nous estimons que le problème de la SRC se situe non pas sur le plan des recettes, mais sur celui des dépenses. Ce problème vient du fait qu'elle essaie de répondre aux besoins de tout le monde alors que ce n'est plus possible ou même nécessaire.

La SRC est un grand radiodiffuseur national, mais elle est en difficultés. Les Canadiens doivent l'en sortir parce qu'elle joue un rôle primordial en assurant «le maintien et la valorisation de l'identité nationale et de la souveraineté culturelle», comme le dit la Loi sur radiodiffusion. Dans un pays aussi petit que le Canada qui a pour voisin le plus grand diffuseur de spectacles au monde, seul un radiodiffuseur public peut réaliser la plupart des choses que nous devons faire pour survivre en tant que nation.

Nous croyons que la SRC peut non seulement survivre mais devenir plus forte pour pouvoir apporter davantage à notre pays. Il faut toutefois qu'elle change, qu'elle soit différente.

Par le passé, le gouvernement avait peut-être les moyens de soutenir une SRC capable de fournir à la fois des services nationaux et régionaux. Il ne peut plus s'offrir ce luxe. Il va devoir faire des choix difficiles.

La meilleure chose que le Canada puisse choisir c'est d'avoir, d'un bout à l'autre du pays, un service public de radiodiffusion nationale, solide et énergique, anglophone et francophone, qui contribuera à développer notre identité nationale et notre souveraineté culturelle. La SRC ne peut pas continuer à disperser son énergie et ses ressources limitées en soutenant des services régionaux aux quatre coins du pays.

[*Text*]

In these times we should all be looking for ways to promote and foster a national consciousness. The real value of a national broadcaster like the CBC is its ability to provide Canadians with a shared common experience. This country does not need more forces for regionalization. It needs a greater awareness of Canada as a nation, as a community of people with shared interests. The CBC is in a unique position to play this role.

Part of the CBC mandate also requires it to "reflect Canada and its regions, to national and regional audiences, while serving the special needs of those regions". This part of its mandate is today interpreted by the CBC to mean that it must be in the business of offering regional programs to regional audiences, and to do that it must own and operate television stations in every major city in the country.

CBC management seems to be focusing much more on its regional programming than on the most important part of its mandate—its national service. Regional reflection can and should mean a strong national service that includes programming from different regions of the country about those regions. A truly national service would provide real opportunity for Canadians to see and hear the perspectives, the concerns and the realities of Canadians in all parts of the country.

Regional bureaus and production in the regions would continue. They would contribute to the national service. Private broadcasters, both affiliates and others, would partner in production.

Current CBC–owned transmitters and rebroadcasters would continue to transmit to their regions. Savings upward of $100 million are possible. These can be directed to enhancing CBC's national service and strengthening its role as the national public broadcaster, transmitting to all regions of our country, the story of Canada in superb news, information and entertainment programming.

[*Translation*]

Nous devons tous chercher des moyens de promouvoir et de favoriser la conscience nationale. La véritable valeur d'un radiodiffuseur national comme la SRC réside dans sa capacité à faire partager aux Canadiens une expérience commune. Notre pays n'a pas besoin de renforcer son régionalisme. Il faut plutôt inciter les Canadiens à se considérer davantage comme les membres d'une même nation, comme une communauté de gens partageant les mêmes intérêts. La SRC est dans une position tout à fait privilégiée pour jouer ce rôle.

Dans le cadre de sa mission, la SRC doit également «refléter la globalité canadienne et rendre compte de la diversité régionale du pays, tant au plan national qu'au niveau régional, tout en répondant aux besoins particuliers des régions». La SRC considère actuellement que cet aspect de son mandat consiste à offrir des programmes régionaux à des auditoires régionaux et que, pour ce faire, elle doit posséder et exploiter des stations de télévision dans toutes les grandes villes du pays.

La direction de la SRC semble mettre davantage l'accent sur sa programmation régionale que sur l'aspect principal de son mandat qui est son service national. Pour refléter la globalité canadienne il faut offrir un solide service national incluant une programmation qui s'adresse aux diverses régions du pays et qui porte sur ces régions. Un vrai service national devrait permettre réellement aux Canadiens de voir et d'entendre le point de vue, les préoccupations et les réalités de leurs concitoyennes des autres coins du pays.

La SRC continuerait à avoir des bureaux et des services de production dans les régions. Ces services contribueraient au service national. Les radiodiffuseurs privés, tant les affiliés que les autres, seraient ses partenaires pour la production.

Les services de transmission et de retransmission qui appartiennent actuellement à la SRC continueraient à desservir leurs régions. Il est possible d'économiser jusqu'à 100 millions de dollars. Ces économies pourraient servir à améliorer le service national de la SRC et à consolider le rôle qu'elle joue en tant que radiodiffuseur public national, en transmettant à toutes les régions du pays, l'histoire du Canada sous la forme d'excellentes émissions de nouvelles, d'information et de divertissement.

• 0915

The CBC does not have to provide regional and local services. The private broadcasters do it. We do more of it than the CBC and more Canadians watch us. If the CBC is not there, we will be able to do even better.

Private television broadcasters are one of the largest developers, producers and exhibitors of Canadian programming. They contribute some $450 million annually to Canadian programming.

Private broadcasters are the local broadcasters. They provide local and regional programming to the communities where they are deeply rooted all across Canada. They provide high–quality local, regional and national news and information, community services, the best of foreign programming and top–quality Canadian entertainment programming to local audiences.

La SRC n'a pas à fournir de services régionaux et locaux. Les diffuseurs privés s'en occupent. Nous en faisons plus que la SRC et plus de Canadiens regardent nos émissions. Sans la SRC, nous pourrons faire encore mieux.

Les télédiffuseurs privés sont parmi les plus importants concepteurs, producteurs et diffuseurs de programmation canadienne. Ils contribuent quelque 450 millions de dollars annuellement à la programmation canadienne.

Les diffuseurs privés sont les diffuseurs locaux. Ils fournissent une programmation locale et régionale à ces communautés où ils plongent profondément leurs racines partout au Canada. Ils fournissent des services de nouvelles et d'information locaux, régionaux et nationaux haut de gamme, des services communautaires, une programmation étrangère hors pair sans oublier les programmes de divertissement canadien haut de gamme.

[*Texte*]

As a result, they capture the majority of all viewing of television and more than 50% of all viewing of Canadian programs. Private broadcasters consistently offer more local and regional programming than does the CBC. CJOH–TV in Ottawa offers 30 hours of local and regional programming, double that of the CBC. Even in some smaller markets, such as Regina, private broadcasters offer 36 hours, three times the CBC. In Vancouver/Victoria, the three local private stations combined offer over 63 hours of local programming, five times the CBC. In Quebec City, over 30 hours of local programming are offered by TVA and TQS stations, six times the SRC.

In most of these markets we outdraw the CBC's local audience by a wide margin. It makes no sense for an economically pressed CBC to duplicate private broadcasters where they excel. There is no longer a need to spend public moneys on a CBC regional service.

M. Michel Tremblay (vice–président exécutif, Association canadienne des radiodiffuseurs): La société Radio–Canada et la *CBC* sont affiliées à 26 stations privées qui atteignent les téléspectateurs de marchés locaux à travers le pays que la Société n'est pas en mesure de servir elle–même de façon rentable. Ces affiliés apportent le service de télévision nationale de la Société à quelque 20 p. 100 des Canadiens et assurent en outre un service de télévision local et régional d'importance vitale aux collectivités qu'ils servent. Moyennant une certaine rémunération, ils captent les émissions nationales de *CBC* et de la SRC et les diffusent à l'échelle locale. Ils produisent et diffusent également des émissions locales et régionales d'intérêt spécifique à leurs propres collectivités et assurent un service de publicité télévisée aux annonceurs locaux. Certaines de leurs productions sont portées à la grille horaire du réseau, permettant ainsi à l'auditoire national d'apprendre à connaître les diverses régions du pays.

L'entente d'affiliation qui unit ces stations privées à la Société s'est avérée efficace et avantageuse depuis les débuts de la télévision au Canada, il y a environ quarante ans. De nombreuses collectivités continuent de jouir d'un service de télévision local malgré les contraintes financières et commerciales en présence. Les affiliés de la Société et le service local qu'ils assurent dépendent d'émissions nationales attrayantes et de la disponibilité de créneaux publicitaires à la grille–horaire du réseau. Les affiliés ne sauraient survivre sans les créneaux publicitaires mis à leur disposition et les revenus qu'ils produisent.

En concentrant ses énergies sur un service véritablement national, la Société préserverait et contribuerait à accroître la capacité de ces stations d'apporter à leurs collectivités un service de télévision local d'importance vitale. Elle encouragerait également un plus grand nombre de projets de collaboration du réseau et de ses affiliés à l'échelon régional, puisque le réseau se tournerait de plus en plus vers ceux–ci pour obtenir des émissions à caractère régional pour le service national.

[*Traduction*]

Résultat, ils captent le gros des auditoires et plus de 50 p. 100 des auditoires synchronisés aux programmes canadiens. Les télédiffuseurs privés offrent toujours plus de programmation locale et régionale que la SRC. CJOH–TV, à Ottawa, offre 30 heures de programmation locale et régionale, soit le double de ce qu'offre la SRC. Dans certains petits marchés comme Régina, les diffuseurs privés offrent jusqu'à 36 heures de programmation, soit trois fois plus que la SRC. Dans la région Vancouver/Victoria, ensemble les trois postes privés locaux, offrent plus de 63 heures de programmation locale, soit cinq fois plus que la SRC. À Québec, plus de 30 heures de programmation locale sont offertes par les postes TVA et TQS, soit six fois plus que n'en offre la SRC.

Dans la plupart de ces marchés, nos auditoires dépassent largement ceux de la SRC. Il n'est pas logique pour la SRC, avec ses difficultés économiques, de faire concurrence aux diffuseurs privés dans un domaine où ces derniers excellent. Il n'est plus nécessaire pour la SRC de dépenser des fonds publics pour offrir un service régional.

Mr. Michel Tremblay (Executive Vice–President, Canadian Association of Broadcasters): CBC and the *Société Radio–Canada* are affiliated to 26 private stations reaching local market audiences across the country that the CBC can't serve profitably on its own. Those affiliates bring the CBC's national television service to some 20% of all Canadians and also ensure local and regional television services of vital importance to the communities they serve. For a fee, they receive the CBC's and SRC's national programs and broadcast them locally. They also produce and broadcast local and regional programs of specific interest to their own communities and offer time slots for commercials to local advertisers. Some of their production is listed on the national network schedule thus allowing a national audience to get to learn something about the country's various regions.

The affiliation agreement linking those private stations to the CBC has shown itself to be efficient and advantageous from the very beginnings of television in Canada some 40 years ago. Many communities still enjoy local television service despite present financial and commercial constraints. The CBC's affiliates and the local service they ensure depend on attractive national programming and the availability of time slots for commercials on the network's schedule. The affiliates would not be able to survive without the commercial time slots made available to them and the revenue they produce.

By concentrating its energy on a really national service, the Corporation would preserve and contribute to increasing these stations' capacity to offer their communities local television service of vital importance. It would also encourage greater cooperation between the network and its affiliates for regional projects as the network would turn more and more towards them to get regional–type programming for its national service.

[*Text*]

Il a été suggéré de prélever une taxe auprès des télédiffuseurs privés pour aider à financer la Société. Or, les télédiffuseurs privés ont leurs propres responsabilités et obligations au sein du système de radiodiffusion: ils assurent un service de programmation local et d'excellentes émissions canadiennes de nouvelles et de divertissement. Leur imposer une taxe serait prendre à Pierre pour donner à Paul.

La fragmentation de l'auditoire et la concurrence qui se fait jour exercent des pressions considérables sur les revenus publicitaires des télédiffuseurs privés. Le Canada doit aider ces télédiffuseurs privés à soutenir la concurrence et à s'acquitter de leur rôle.

En tant que nation, nous ne pouvons nous permettre de gaspiller ni d'entraver nos services de radiodiffusion quels qu'ils soient. Nous devons plutôt les rationaliser et les renforcer. Il n'y aurait rien à gagner à enlever des ressources aux télédiffuseurs privés.

Au–delà de ces questions fondamentales, il en est d'autres, importantes, sur lesquelles il faut aussi se pencher.

• 0920

La Société Radio–Canada concurrence les télédiffuseurs privés auprès des téléspectateurs et des annonceurs. Il faudrait prendre des mesures pour s'assurer qu'elle n'use pas du pouvoir d'achat que lui confèrent les crédits parlementaires qui lui sont consentis pour enchérir sur les offres des télédiffuseurs commerciaux.

Nos membres suggérerons au cours de cette audience des moyens précis d'assurer une juste concurrence. Il serait peut–être utile que le Comité envisage d'instituer un groupe de travail réunissant des représentants de la Société et du secteur privé, à qui il incomberait de proposer des lignes directrices appropriées.

La Société Radio–Canada devrait par ailleurs être assujettie à la Loi sur l'accès à l'information, pour assurer sa transparence.

D'autre part, la surenchère au moment de l'acquisition de droits de diffusion n'est certes pas dans l'intérêt du système de radiodiffusion, et il faut y mettre fin.

Considérons, par exemple, les droits de diffusion des Jeux olympiques: le coût des droits de retransmission des Jeux d'Atlanta, qui auront lieu en 1996, marque une hausse de 600 p. 100 sur celui des droits des Jeux de Séoul en 1988. Il y aurait peut–être lieu de rétablir la pratique qui fut en usage jusqu'en 1988, selon laquelle la Société et les télédiffuseurs privés obtenaient tour à tour les droits de diffusion des Jeux.

D'autre part, nous partageons les frustrations du Comité relativement à l'absence de données financières publiques et suffisantes pour permettre une analyse valable de l'exploitation de la Société. Par conséquent, nous ne sommes pas en mesure d'offrir des conseils spécifiques sur la façon de régler les difficultés d'exploitation de la Société. Nous pouvons seulement soulever des points d'interrogation.

La Société Radio–Canada devrait–elle cesser de vendre elle–même son temps d'antenne et en confier la tâche à une firme de représentants du secteur privé? Nos frais de vente de temps d'antenne sont de l'ordre de 12 p. 100. Ceux de la Société semblent représenter 22 p. 100 des revenus qu'elle tire de la vente de créneaux. Peut–être qu'un changement de méthode pourrait lui apporter la possibilité d'économiser des montants appréciables qui pourraient être canalisés vers les principales activités de programmation.

[*Translation*]

It has been suggested to tax the private broadcasters to help fund the CBC. Now, the private television broadcasters have their own responsibilities and obligations within the radio broadcasting system: they ensure local programming services and excellent Canadian news and entertainment programs. Taxing them would be robbing Peter to pay Paul.

Audience fragmentation and rising competition are putting considerable pressure on private television broadcaster advertising revenues. Canada must help those private broadcasters to compete and play their role.

As a country, we cannot waste money nor hobble our radio broadcasting services, whichever they may be. We should rather streamline and reinforce them. There's nothing to be gained by taking resources away from private television broadcasters.

Beyond those fundamental questions, there are other important ones we must also look at.

CBC is in competition with private broadcasters for audience and advertisers. Steps should be taken to make sure that CBC does not use the purchasing power conferred by Parliamentary appropriations to bid up the price against commercial broadcasters.

During this hearing, our members will be suggesting specific ways to ensure equitable competition. It might be useful for the committee to look at setting up a task force including representatives of the CBC and the private sector whose job would be to come up with appropriate guidelines.

CBC should be subject to the Access to Information Act to ensure its transparency.

On the other hand, it is not in the interests of the radio broadcasting system to bid up the purchase price for broadcasting rights and an end should be put to that.

Let us consider, for example, broadcasting rights for the Olympic games: the cost of the re–broadcasting rights for the Atlanta games which will take place in 1996 is 600% higher than for the Seoul games in 1988. Perhaps we should bring back the practice that was customary until 1988 where the CBC and the private broadcasters each took their turn in acquiring broadcasting rights for the games.

On the other hand, we share the frustration of this committee concerning the absence of sufficient and public financial data to allow a valid analysis of the CBC's operating costs. Thus, we are not in a position to offer specific advice on how to solve the corporation's operational problems. We can only raise questions.

Should the CBC stop selling its airtime itself and leave that up to a firm of representatives in the private sector? Our selling costs for air time are in the order of 12%. Those of the corporation seem to represent 22% of the income it gets from the sale of its time slots. Perhaps a change in method could lead to considerable savings which could then be put into the main programming activities.

[*Texte*]

En ces temps économiques difficiles, est-il vraiment nécessaire de maintenir un siège social aussi imposant à Ottawa? Serait-ce plus avantageux pour la SRC et la *CBC* d'installer ses services dans les locaux de l'administration de leurs réseaux respectifs? Que penser d'une fiche de rendement annuelle, préparée par un organisme indépendant et comportant à la fois une évaluation objective et une appréciation subjective de la façon dont la Société s'acquitte de son mandat?

Voilà quelques-unes des questions que nous nous posons. Jusqu'ici, nous avons axé nos observations sur la télévision, mais j'aimerais également aborder l'aspect radiophonique des activités de la Société.

Nous croyons que la prestation d'un service radiophonique local ne concorde pas avec le mandat de service véritablement national confié à la Société. Le service local assuré par la SRC et la *CBC* fait double emploi avec celui des radiodiffuseurs privés. Il n'y a en effet aucune raison pour que la Société diffuse des nouvelles locales, des prévisions météorologiques et des bulletins de circulation quand, dans certains marchés, au moins une douzaine d'autres stations le font. Le reportage de rencontres sportives n'est pas une activité usuelle de la radio de Radio-Canada. Pourtant sur les marchés francophones, cette dernière soumissionne les droits de retransmission des parties de la Ligue nationale de hockey. Ce genre de programmation devrait être laissé aux radiodiffuseurs privés qui doivent mener une lutte inégale pour en acquérir les droits.

Nous soulevons un autre point. La Société Radio-Canada ne devrait pas délaisser le MA en faveur du MF. La survie de la radio MA dépend en partie de la disponibilité du service de Radio-Canada qui lui attire des auditeurs.

Enfin, nous croyons que les radiodiffuseurs privés devraient se voir offrir l'occasion de servir le public canadien en se prévalant des fréquences initialement réservées à la Société, dont celle-ci n'a pas encore fait usage.

Nous vous présentons un mémoire distinct qui détaille nos préoccupations dans le domaine de la radio.

Mr. McCabe: In conclusion, then, we are here to express our support for a stronger, nationally focused CBC complemented by a strong private broadcasting sector playing its local, regional and national role.

• 0925

There is no money in the government or in the system for the CBC to continue to duplicate the private sector's role. It is time for choices. We believe this is the right one.

Mr. Chairman and members of the committee, we're available for questions.

The Chairman: Thank you very much. I see we have another backup document.

Étant donné que nous avons deux présentations ce matin, je me demande si le tour initial pourrait être de 5 minutes chacun, parce qu'autrement nous sommes coincés.

Mme Tremblay (Rimouski—Témiscouata): On devait avoir trois tours, on en a seulement deux.

[*Traduction*]

In these difficult economic times, is it really necessary to maintain such imposing headquarters in Ottawa? Would it be more economical for the CBC and the *SRC* to set up its services in the management quarters of their respective networks? How about an annual performance report prepared by an independent organization including both an objective evaluation and a subjective appreciation of how the corporation is meeting the objectives of its mandate?

Those are some of our questions. So far, we have commented on the television aspect, but I would also like to look at the radio side of the corporation's activities.

We believe that ensuring local radio service is not consistent with the really national service mandate of the corporation. The local service delivered by the *SRC* and the CBC just duplicates the services offered by private radio broadcasters. There is no reason for the corporation to broadcast local news, weather forecasts and traffic bulletins when, in some markets, at least a dozen other stations are doing the same thing. Reporting on sports events is not one of CBC radio's usual activities. However, in the French-speaking markets, it does bid for rebroadcasting rights for the National Hockey League games. This kind of programming should be left to private radio broadcasters who face an unequal struggle to buy those rights.

We would raise another point. The CBC should not drop a.m. for f.m. The survival of a.m. radio depends, in part, on the availability of this service from the CBC which does draw in listeners.

Finally, we think the private radio broadcasters should be offered the opportunity to serve the Canadian public using frequencies initially reserved for the corporation and which it has not yet used.

We will present a separate brief with the detail of our concerns in the area of radio.

M. McCabe: En conclusion, donc, nous sommes ici pour nous prononcer en faveur d'une SRC plus forte se concentrant sur l'aspect national et complétée par un secteur de radiodiffusion privé fort jouant son rôle local, régional et national.

Le gouvernement et le système n'ont plus assez d'argent pour permettre à la SRC de poursuivre ce chevauchement des rôles avec le secteur privé. Le moment est venu de choisir. Nous croyons offrir le bon choix.

Monsieur le président et membres du comité, nous sommes à votre disposition pour répondre à vos questions.

Le président: Merci beaucoup. Je vois qu'il y a un autre document.

As we have two presentations this morning, I'm wondering if the initial round could be only five minutes each because otherwise we'll be stuck.

Mrs. Tremblay (Rimouski—Témiscouata): We were supposed to have three turns and we're only getting two.

[*Text*]

Le président: De toute façon, il faut sortir d'ici à 11 heures.

Mme Tremblay: Oui.

Le président: Allez–y! Courage!

Mme Tremblay: Pourquoi vient–on de nous passer cela, on n'a pas d'autre présentation?

Le président: Il y aura une autre.

Mme Tremblay: Après?

Le président: Après.

M. McCabe: C'est sur la radio.

Mme Tremblay: On va l'avoir après pour notre bénéfice personnel?

Le président: Voilà. Cela a trait aux dernières remarques sur la radiodiffusion.

Mme Tremblay: Très bien.

Messieurs, madame, bonjour. On va faire vite. Il y a beaucoup de questions à poser à la suite du texte que vous venez de nous donner.

Je serais intéressée à comprendre une chose que vous devriez être capables de m'expliquer. Vous dites, par exemple, à la page 5 de votre texte:

In Quebec City, over 30 hours of local programming is offered by TVA and TQS.

On a justement un problème avec TVA qui est devant le CRTC pour réduire sa production locale. Cela semble être une tendance de toutes les télévisions de vouloir nous dire qu'ils font des productions locales en déplaçant des productions nationales. Par exemple, malgré tout le mérite qui va à Radio–Canada, ils ont déplacé *La semaine verte* de Montréal à Québec. Lorsque c'était à Montréal, c'était une production nationale. Maintenant que c'est à Québec, c'est devenu une production locale. TVA a fait la même chose avec *Bla Bla Bla*, ils ont déménagé M^me^ Ouimet de Montréal à Québec et ils en font une production locale.

Quel est ce jeu que font les réseaux de télévision en déplaçant les choses et en pensant berner la population? Comment voyez–vous cette chaise musicale qui change le vocabulaire?

M. M. Tremblay: Il est normal de considérer que l'étendue du réseau TVA lui permet d'affecter certaines responsabilités de production à ses diverses stations à travers la province. Cela se produit partout à travers le pays où l'on confie à certains centres de production des tâches particulières de produire non seulement au niveau local, mais aussi pour le réseau.

Les chiffres dont nous faisons état ce matin sont temporaires et, jusqu'à ce que le CRTC ait consenti à modifier les engagements des stations, cela demeure. On parle à l'heure actuelle de ce qui est offert à l'auditoire du marché de Québec. Néanmoins, je pense qu'à cause de tout le contexte économique concurrentiel qui exerce des pressions considérables sur tout le système de radiodiffusion, personne n'est épargné et qu'il y a une recherche constante dans un contexte de libre marché pour réajuster les efforts de programmation.

[*Translation*]

The Chairman: Anyway, we have to be out of here by 11.

Mrs. Tremblay: Yes.

The Chairman: Go to it! Be brave!

Mrs. Tremblay: Why have we just been handed this? There isn't another presentation?

The Chairman: There will be another one.

Mrs. Tremblay: After?

The Chairman: After.

Mr. McCabe: It's on radio.

Mrs. Tremblay: We'll be getting it after for our personal benefit?

The Chairman: There you go. It has to do with the last comments on radio broadcasting.

Mrs. Tremblay: Fine.

Good morning lady and gentlemen. We'll be brief. There are a lot of questions arising from the text you have just read.

I'd like to understand something that you should be able to explain. For example, on page 5 of your text you say:

À Québec, plus de 30 heures de programmes locaux sont offerts par TVA et TQS.

Well, we have a problem with TVA who's up in front of the CRTC wanting to decrease its local production. There seems to be a trend among all TV broadcasters to try to tell us that they are into local production by moving national production around. For example, despite all the acclaim the CBC deserves, they moved *La semaine verte* from Montreal to Quebec City. When it was in Montreal, it was a national production. Now that it's in Quebec City, it's become a local production. TVA did the same thing with *Bla Bla Bla*, they moved Mrs. Ouimet from Montreal to Quebec City and it became a local production.

What kind of game are the TV networks playing when they move things around and think they're bamboozling the people? How do you see this musical chair thing that's just changing names around?

Mr. M. Tremblay: It's normal to consider that the size of TVA would allow it to delegate certain production responsibilities to its different stations across the province. It's being done everywhere else in the country where specific tasks are given to some production centres to produce not just for local audiences but also for the national one.

The figures we're advancing this morning are temporary and until the CRTC has agreed to change the station's commitments, they remain. Right now, we're talking about what's being offered to the Quebec market audience. Nevertheless, I do think because of the whole competitive economic context putting considerable pressure on the whole radio broadcasting system, no one is being spared and there are ongoing efforts in the context of a free market to readjust programming efforts.

[*Texte*]

Vous avez utilisé les mots «berner la population». Je ne pense pas que c'est une question de berner la population, car chaque centre de production produit à la fois pour ses propres besoins et d'autres stations, parce qu'ils ont soit des équipements ou des ressources humaines particulières pour remplir certains besoins et qu'ils reçoivent des échanges provenant d'ailleurs. Je pense donc qu'il faut regarder cela dans une perspective globale. Des efforts considérables sont déployés par des stations privées pour produire une grande quantité de contenu canadien dans tous les domaines des secteurs des nouvelles, des affaires publiques, des informations, des divertissements et des dramatiques. On sait qu'ils sont en concurrence avec la Société, donc, eux aussi doivent offrir une vaste gamme de contenu compétitif.

Mme Tremblay: Je regrette, mais vous n'avez pas répondu à ma question.

Vous nous dites que ce sont des télévisions régionales, ou des productions locales simplement parce que cela vient d'un endroit en particulier. Si c'est une production de Québec, cela doit refléter Québec et non quelque chose qui reflète Montréal.

• 0930

Il faudrait que le CRTC soit plus vigilant. On ne répond pas aux exigences de productions locales simplement parce qu'on a déplacé la caméra et le monde de place. C'est dans ce sens que la population est un peu «tannée».

M. M. Tremblay: J'aimerais apporter une précision. Il y a quatre ou cinq ans, le CRTC exigeait encore que les stations leur présentent un plan détaillé, un cahier de charges très, très détaillé sur la nature de leur contenu local avec le total des heures dans toutes les catégories, y compris les nouvelles. Or, au cours des quelques dernières années, on a procédé à des ajustements parce que le CRTC en est venu à la conclusion que tout ce qui importait dans le fond c'est qu'on offre un service d'émissions d'informations et d'affaires publiques qui soit important et particulier au marché desservi. Donc, il ne réglemente plus que cette portion–là.

Pour le reste, il faut réaliser une chose. Dans un marché comme le Québec, les forces du marché, par elles–mêmes, sont amplement suffisantes pour assurer qu'il y ait une quantité d'émissions originales, qui reflètent les besoins du marché. Le CRTC a convenu de ne pas intervenir. Il y a une situation particulière qui se pose par rapport au marché de Québec. Jusqu'à nouvel ordre, CFCM doit rencontrer son mandat. Il n'est pas acquis que le CRTC va nécessairement accepter. Il a décidé de se pencher sur la question que vous soulevez. Cela sera entendu la semaine prochaine lors d'une audience publique. On verra à ce moment–là.

Cependant, je pense qu'il ne faut vraiment pas l'examiner sous l'angle de vouloir berner la population. Il est à la fois plus pratique pour les stations de répartir la production à travers divers. . .

Mme Tremblay: Quand vous parlez de la population, il faut le prendre pour ce que cela veut dire. Les téléviseurs ajustent le vocabulaire selon les décisions qu'ils prennent. Par exemple, Rimouski était auparavant une région pour Radio–Canada. On ne l'est plus. Ils ont fermé cela. Donc, la région est devenue Québec. Voyez–vous, ce que je veux dire? Le vocabulaire change selon les décisions que vous prenez.

[*Traduction*]

You said "bamboozle". I don't think it's a question of bamboozling the people because each production centre produces both for its own needs and those of other stations either because they have specific equipment or human resources to fill certain needs and there are program exchanges with other areas. So I think we have to look at this in a global perspective. Considerable effort is being made by private stations to produce a lot of Canadian content in all areas of news, public affairs, information, entertainment and drama. And now we know that they are competing with the Corporation so they also have to offer a wide range of competitive content.

Mrs. Tremblay: I'm sorry, but you haven't answered my question.

You're telling us that it's regional television or local production simply because it comes from one given spot. If it's a production from Quebec City, it has to be a reflection of Quebec City and not of Montreal.

I think the CRTC should be more vigilant. You don't meet local production requirements simply because you've moved your cameras and staff from one place to another. That's what the population is fed up with.

Mr. M. Tremblay: I'd like to add a clarification. Four or five years ago, the CRTC was still demanding that the stations present a detailed plan, an extremely detailed specs book on the nature of their local content with the total of hours in all categories including the news. Now, during the last few years, there have been some adjustments made because the CRTC has come to the conclusion that what was really important was to offer a service of news and public programs that was meaningful and specific to the market being served. So it doesn't regulate that part of it anymore.

As for the rest of it, you have to realize one thing. In a market like Quebec, the market forces on their own are amply sufficient to ensure that there will be a quantity of original programs reflecting the needs of the market. The CRTC has agreed not to interfere. There is one specific situation concerning the Quebec City market. Unless otherwise specified, CFCM must discharge its mandate. It can't be taken for granted that the CRTC will necessarily agree. It has decided to look at the question you have raised. It will be looked at next week during a public hearing. We'll see then.

However, I don't think we should really look at this as an effort to bamboozle the people. It's both more practical for the stations to distribute production amongst the—

Mrs. Tremblay: When you talk about the people, you have to look at what it means. Television broadcasters adjust their vocabulary according to the decisions they make. For example, Rimouski used to be a region for *Radio Canada*. We're not any more. They shut it down. So the region just became Quebec City. You get my drift? The vocabulary changes according to the decisions you make.

[*Text*]

À la page 4, quand vous dites: *and operate television stations in every major city in the country*. Qu'est–ce qu'une *major city in the country*? Qu'est–ce qui la fait *major* ou *smaller*?

Mr. McCabe: We were at that point referring only to size, and we were interpreting what the CBC has already done, that is, its regional operations obviously mean to the CBC that it should operate a station in each of the larger cities of the country. It's merely a description of what we think they've done.

Mme Tremblay: Vous dites que si Radio–Canada redéfinit le mot région autrement, c'est correct. C'est bien ce que vous dites? Ce que Radio–Canada fait est correct?

Mr. McCabe: We've merely described what they have done. We don't say that it's correct. We indeed say that in these times of scarcity of resources those stations should in fact become transmitters and producers of programming for the national service, in English or in French, that they should not in fact be in the business of regional programming.

Mme Tremblay: C'est bien dommage. J'aurais encore plusieurs questions mais je vais laisser la place aux autres.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Thank you very much for your presentation this morning. It's good to see you again. I'm going to just ask two things and then I will be sharing my five minutes with Mr. Hanrahan.

I will just give you both questions and you can respond to them as you see fit. Yesterday we heard the CBC described as a "beacon of cultural enlightenment", and in your presentation today you've said that the CBC needs, in order to fulfil its mandate, the ability to provide Canadians with a shared and common experience. We know that the CBC is in great difficulty, and given the very philosophic nature of those statements, I'm wondering if indeed, first of all, we need to look at changing the mandate of the CBC, perhaps to give it a different focus. That's my first question, given what you had said about centralization and regional issues.

[*Translation*]

On page 4, where you say: "and operate television stations in every major city in the country". What exactly is "a major city in the country"? What makes it "major" or "smaller"?

M. McCabe: À ce moment–là, il n'était question que d'importance numérique et nous interprétions ce que Radio–Canada a déjà fait, c'est–à–dire que pour la SRC les opérations régionales signifiaient simplement qu'il devait avoir un poste dans chacune des plus grandes villes du pays. C'est tout simplement notre façon de décrire ce que la Société a fait, d'après notre interprétation des choses.

Mrs. Tremblay: You're saying that if the CBC redefines the word region, it's correct. Are you telling us that what CBC does is correct?

M. McCabe: Nous avons tout simplement décrit ce que la Société a fait. Nous ne disons pas que c'est correct. Nous prétendons qu'en cette période de rareté des ressources, ces stations devraient devenir, en fait, des transmetteurs et des producteurs d'émissions pour le service national, que ce soit en anglais ou en français, et qu'elles ne devraient pas se mêler de programmation régionale.

Mrs. Tremblay: That's too bad. I still have several questions but I'll defer to my colleagues.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Merci beaucoup pour votre exposé de ce matin. Il fait bon de vous revoir. J'ai deux petites questions à vous poser et je partage mes cinq minutes avec M. Hanrahan.

Je vais vous poser les deux questions et vous y répondrez comme bon vous semblera. Hier, Radio–Canada a été qualifié de «phare projecteur de culture» et vous dites aujourd'hui que pour respecter son mandat la SRC doit pouvoir faire partager aux Canadiens une expérience commune. Nous savons que la SRC se trouve en sérieuses difficultés et vu la nature théorique de ces déclarations, je me demande si en réalité, il ne faudrait pas commencer par étudier la possibilité de changer le mandat de la SRC pour peut–être le recibler. Voilà ma première question à la lumière de vos propos concernant la centralisation et les questions régionales.

• 0935

Secondly, I know that you mentioned a task force to provide guidelines, but I see the role of this committee to provide impetus to that whole notion of giving the CBC some guidelines. I don't really know if Canadians are ready to hear about another task force.

In any event, the second question I do have for you is on this cooperative approach perhaps between private broadcasters and the CBC. How would you see a model for cooperation emerging from within the industry itself?

Mr. McCabe: Just to clarify one matter, and that is the business of the task force, we were talking about something quite narrow there. We really said that there ought to be a public–private task force to work out guidelines on competitive practices in bidding and so on. We recognize, as our legal counsel points out, that there are legal dangers in that, but it was quite narrow. We weren't talking broadly.

Deuxièmement, vous avez parlé d'un groupe de travail qui donnerait les lignes directrices, mais je considère que ce Comité a pour rôle de donner certaines lignes directrices à la SRC. Je ne pense pas que les Canadiens soient prêts à entendre parler d'un nouveau groupe de travail.

Quoi qu'il en soit, ma deuxième question concerne cette coopération entre les radiodiffuseurs privés et la SRC. Quel genre de coopération envisagez–vous au sein de votre secteur?

M. McCabe: Pour préciser une chose à propos du groupe de travail, nous envisageons quelque chose d'assez limité. Nous disons en fait, qu'il faudrait qu'un groupe de travail représentant à la fois le secteur public et le secteur privé établisse des lignes directrices en ce qui concerne la concurrence relative aux appels d'offre, par exemple. Comme notre conseiller juridique l'a fait remarquer, nous reconnaissons que cela présente des risques, mais ce que nous envisageons est assez limité.

[*Texte*]

Broadly speaking, however, what we're trying to suggest here is that the CBC's mandate at a time when there were fewer Canadian broadcasters, and fewer broadcasters generally, had to be very broad. We are now saying that as the broadcasting system has emerged and as the pressures on the public purse have increased, it's time to decide what we most need them for. Yes, indeed, the mandate should be narrowed to providing a national service.

That national service has, however, to recognize that we are a country with many differences and it has to reflect the regions of the country to the whole country. We do see the potential among our members for cooperation in programming. There are programs that can be done in the region, in cooperation with private broadcasters, which may be more appropriate for the national network of the national public broadcaster. We could cooperate on those in production. We would have subsequent uses of those programs, but they may well have first run.

Mr. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Thank you, panel, for appearing before us. I have, as well, two questions. I don't know if we have time to get them in, but we'll do the best we can.

Mr. McCabe, you began very strongly on your first page dealing with the debt and its relationship to the private and public sectors. I think most Canadians understand the relationship between the debt and the public sector in the sense of government services, but they are less clear on the debt in relation to the private sector—radio, television, any area. Could you expand on that for just a moment?

Mr. McCabe: In that respect, I'm not at all certain that radio and television are vastly different from other businesses, or other industries. That is, if in fact Canada does not—this may be the wrong committee for this—

The Chairman: We do it all the time.

Mr. McCabe: —maybe all committees have to deal with it—get its debt under some control, I think it is certain that the international financial community will raise interest rates for the public, for provinces, and other governments. They'll also be raised for us. The cost of borrowing. . .for instance, what we very shortly will have to do, before the end of the decade, is convert to digital television and digital radio. There is a capital expense there. We couldn't at this point, as you see from our numbers, finance that out of revenue. We will have to finance it by borrowing. We'll have to do it or we will be uncompetitive. If those borrowing rates are driven up by a public debt as huge as it is, we will suffer. There will be stations that will not be able to convert and not be competitive. I suppose that's what it means at the end.

[*Traduction*]

Toutefois, de façon générale, nous voudrions vous faire comprendre qu'à l'époque où il y avait moins de radiodiffuseurs que ce soit au Canada ou ailleurs, le mandat de la SRC devait être très vaste. Comme le système de radiodiffusion s'est développé depuis et que le gouvernement doit resserrer les cordons de sa bourse, nous estimons qu'il est temps d'établir des priorités. En fait, il faudrait limiter le mandat de la SRC au service national.

Ce service national doit toutefois reconnaître que le Canada est un pays très diversifié et refléter sa globalité. Nous croyons que nos membres peuvent coopérer à la programmation. Certaines émissions qui peuvent être réalisées dans une région, en collaboration avec les radiodiffuseurs privés, se prêteront peut-être mieux à une diffusion nationale sur le réseau public. Nous pourrions coopérer à la production de ces émissions. Nous les diffuserions nous-mêmes par la suite, mais la SRC pourrait en avoir la primeur.

M. Hanrahan (Edmonton—Strathcona): Je remercie les témoins d'être venus nous voir. J'ai également deux questions à poser. Je ne sais si nous aurons le temps de les formuler, mais nous ferons de notre mieux.

Monsieur McCabe, à la première page de votre mémoire, vous insistez beaucoup sur la dette et son rapport avec les secteurs privé et public. La plupart des Canadiens comprennent sans doute le rapport entre la dette et le secteur public en ce qui concerne les services gouvernementaux, mais ils comprennent moins les effets de la dette sur le secteur privé, par exemple la radio et la télévision. Pourriez-vous nous l'expliquer un peu plus?

M. McCabe: Je ne suis pas du tout certain que la radio et la télévision soit très différentes à cet égard, des autres entreprises ou des autres secteurs. Autrement dit, si le Canada ne réduit pas—en fait, je ne m'adresse peut-être pas au bon Comité. . .

Le président: C'est un sujet que nous abordons constamment.

M. McCabe: . . .tous les comités doivent peut-être l'aborder—si le Canada ne réduit pas sa dette, la communauté financière internationale va certainement augmenter les taux d'intérêt pour le public, les provinces et les autres gouvernements. Ces taux augmenteront également pour nous. Le coût des emprunts. . . par exemple, d'ici la fin de la décennie, nous allons devoir bientôt nous convertir à la télévision et à la radio digitale. Cela exige des immobilisations. Comme vous pouvez le voir d'après nos chiffres, nous ne pourrions pas financer ces dépenses au moyen de nos recettes. Nous devrons emprunter. Si nous ne le faisons pas, nous ne serons pas concurrentiels. Si les taux d'intérêt montent à cause de l'énormité de la dette publique, nous en subirons les conséquences. Certaines stations ne pourront pas se convertir pour être concurrentielles. Voilà ce que nous voulons dire.

• 0940

Mr. Hanrahan: That's what I'm trying to get on the record here. The result would be a decrease in jobs available in all industries.

Mr. McCabe: Yes, that would be the result.

M. Hanrahan: C'est ce que j'essaie de vous faire dire. Cela se traduirait par une diminution des emplois disponibles dans tous les secteurs.

M. McCabe: Oui, tel serait le résultat.

[*Text*]

Mr. Hanrahan: Mr. Tremblay, you were speaking about the difference between the regional and national efforts of the CBC. If the CBC were to concentrate only on national issues, leaving the regional to the private sector, can you give me a ballpark figure on what that would mean in terms of jobs, dollars or whatever to private radio and television stations, and how much the CBC would save?

Mr. Tremblay: First, our proposal is not predicated on the CBC pulling out entirely from regional. Right now they are bringing on an extensive amount of original programming to reflect the region to the country. We think this road should continue. The road we think they should get out of is reflecting the region to itself. In the main we're talking about having local and the regional newscasts for those communities where it operates O and O.

If they are going to be reshaping the way they're delivering service across the country—we're looking at closing those O and O stations, but those personnel could be used. We'll still need to maintain the news bureaus and production centres, and obviously there will be a reshuffling of local resources in those areas. It may be premature to speculate about that, but I think they would need to maintain a sizeable number of people to play that role in the region. They will also have to rely on the private sector, which will be expanding its production capacity to meet the new needs of the corporation.

Mr. McCabe: As we read the CBC's annual report, the part of their budget that we're talking about is something in the order of $135 million. Of that sum, and we don't know how much, some amount will have to be used for regional production in news. So we're saying savings could be in the order of $100 million or perhaps a little more.

Mr. Ianno: In your initial brief you indicated that because of constraints on government finances the CBC could face cuts. If there are cuts, what would you recommend and how would you maintain the integrity of the CBC?

Mr. McCabe: Our specific proposal is that about $100 million can be found if the CBC concentrates on its national services in English and French, stops being a regional broadcaster to the regions, stops doing local and regional news and information, and instead contributes regional and local information to the national network. We believe that would satisfy the requirements of the Broadcasting Act—to show the regions to themselves and to the country. That would mean concentrating on the most important part of the CBC's mandate: the national role.

Mr. Ianno: So the production costs would be reduced.

Mr. McCabe: There are two kinds of production costs in the region. One is for the production of programming specifically for the region and the other is for programming for the network. We've left that in our calculation and said let's eliminate that for the region, and that for the network remains.

[*Translation*]

M. Hanrahan: Monsieur Tremblay, vous avez parlé de la différence entre le service national et régional de la SRC. Si la Société Radio–Canada ne s'intéressait qu'aux questions nationales et laissait les questions régionales au secteur privé, pourriez–vous me dire combien cela représenterait approximativement pour les stations de radio et de télévision comme emplois et ou comme revenus supplémentaires et combien la SRC économiserait?

M. Tremblay: Premièrement, nous ne proposons pas que la SRC se retire entièrement de la programmation régionale. À l'heure actuelle, elle diffuse une importante programmation originale qui reflète la région à l'auditoire national. Je crois qu'elle devrait continuer dans cette voie. Par contre, elle doit cesser de refléter la région à l'auditoire régional. Ce dont nous parlons ce sont des bulletins de nouvelles locaux et régionaux que la SRC diffuse dans des localités où elle est propriétaire et exploitante d'installations de radiodiffusion.

Si Radio–Canada veut changer la façon dont elle dispense ses services, il faudrait fermer ces stations réseau, mais on pourrait garder le personnel. Nous aurions toujours besoin des bureaux de nouvelles et des centres de production et il faudra certainement réaffecter les ressources locales dans ces régions. Sans se perdre en conjectures, la SRC aurait besoin de garder un bon nombre d'employés pour remplir ces fonctions au niveau régional. Elle devra également compter sur le secteur privé, qui augmentera sa capacité de production pour répondre à ses nouveaux besoins.

M. McCabe: Dans le rapport annuel de la SRC, cela représente un budget d'environ 135 millions de dollars. Une partie de ce montant—nous ne savons pas exactement combien—servira à la production régionale des nouvelles. Par conséquent, cela pourrait permettre d'économiser une centaine de millions ou peut–être un peu plus.

M. Ianno: Dans votre premier mémoire, vous disiez qu'à cause des compressions budgétaires, la SRC pourrait faire face à des coupes. Si c'est le cas, que recommandez–vous pour préserver sa saine position financière?

M. McCabe: Nous disons qu'il est possible de trouver une centaine de millions si la SRC se concentre sur ses services nationaux en anglais et en français, cesse d'être un radiodiffuseur régional, cesse de diffuser des nouvelles d'information locale et régionale et contribue plutôt à la diffusion de l'information régionale et locale sur le réseau national. Nous estimons que cela répondrait aux exigences de la Loi sur la radiodiffusion qui demande à la société d'état de rendre compte de la diversité régionale tant au plan national qu'au niveau régional. Il faudrait pour cela que la SRC concentre ses efforts sur l'élément primordial de son mandat qui est son rôle national.

M. Ianno: Les coûts de production s'en trouveraient réduits.

M. McCabe: Il y a deux types de coûts de production au niveau régional. D'une part, vous avez la production d'émissions spécialement destinées à la région et, d'autre part, la programmation destinée au réseau. Nous proposons d'éliminer les coûts de production pour la programmation régionale et de garder ceux du réseau.

[*Texte*]

Mr. Ianno: Your presentation says private broadcasters would partner in production with the CBC. What does that mean considering that many of your affiliates are local and regional?

• 0945

Mr. McCabe: What it means is that as the CBC does now, it produces for the network in the regions. As Michel was explaining earlier, so do some of our broadcasters. The Ottawa station will produce a program and it goes on the whole CTV network.

It seems to us there is a role to be played for the local private broadcaster, working with the CBC, to produce programming that is for the national network but is particular to that region, that has to be rooted in that region.

Mr. Ianno: In other words, the two local ones don't necessarily have to work together. Is that correct?

Mr. McCabe: I'm not understanding you.

Mr. Ianno: I gather that if you're saying the private has to work with the CBC national, and you're saying reduce the CBC local, yet you have the partnership term in your presentation, you're not saying the two locals should work together. You're saying the nationals should work and therefore you can eliminate the regional.

Mr. McCabe: That's right. The private broadcaster, as our affiliates do now and as happens on occasion with other broadcasters who are not affiliated, could co–produce for the CBC network.

Mr. Ianno: Does the local CBC generate revenue that helps the national, such as the hockey? That's regional.

Mr. McCabe: Rob, you have the revenue picture there.

Mr. Robert Scarth (Vice–President, Television, Canadian Association of Broadcasters): The regional O and Os do generate advertising revenue from the regions, approximately $28 million a year.

Mr. Ianno: So out of the 100 or so, $28 million gets produced.

Mr. Scarth: No. Actually, we assume that in any kind of a restructuring that would involve CBC closing down its O and Os, it would hold on to some of its core operations, perhaps Toronto, Montreal, Vancouver.

Mr. Ianno: So it's only the large centres.

Mr. Scarth: That's right. So we would expect that CBC would continue to hold on to a certain portion of that $28 million. For the purposes of our illustration, we've assumed about half that amount.

Mr. Ianno: So if I have it correctly, the large areas, such as Toronto, where they might need them less as compared with the smaller regions, where they might need them more. . .you're recommending closing down the smaller ones.

[*Traduction*]

M. Ianno: Dans votre mémoire, vous dites que les radiodiffuseurs privés s'associeraient à la SRC pour la production. Que faut–il entendre par là étant donné qu'un grand nombre de vos affiliées sont des entreprises locales et régionales?

M. McCabe: Cela veut dire que, pour le moment, la SRC produit, dans les régions, des émissions pour le réseau. Comme Michel l'a expliqué tout à l'heure, c'est ce que font également certains de nos radiodiffuseurs. La station d'Ottawa, par exemple, produira une émission qui sera diffusée sur l'ensemble du réseau CTV.

Nous pensons que les radiodiffuseurs privés locaux ont un rôle à jouer en collaborant avec la SRC à la production d'une programmation destinée au réseau national, mais qui sera particulière à une région.

M. Ianno: Autrement dit, les deux radiodiffuseurs locaux ne doivent pas nécessairement travailler ensemble. Est–ce bien cela?

M. McCabe: Je ne comprends pas.

M. Ianno: Si vous dites que les radiodiffuseurs privés doivent travailler avec le réseau national de la SRC et qu'il faut réduire les activités locales de la SRC, même si vous prévoyez un partenariat, vous ne proposez pas que les deux radiodiffuseurs locaux travaillent ensemble. Vous dites que les radiodiffuseurs nationaux doivent coopérer de façon à pouvoir éliminer le service régional.

M. McCabe: C'est exact. Le radiodiffuseur privé pourrait faire la coproduction d'une émission pour le réseau de la SRC, comme nos affiliés le font déjà ou, à l'occasion, d'autres radiodiffuseurs qui ne sont pas affiliés.

M. Ianno: La SRC se sert–elle de certaines recettes locales pour financer son réseau national, Comme dans le cas du hockey qui est régional?

M. McCabe: Rob, vous avez le tableau des recettes.

M. Robert Scarth (vice–président, Télévision, Association canadienne des radiodiffuseurs): Les stations régionales de la SRC tirent de la publicité des recettes annuelles de 28 millions de dollars environ.

M. Ianno: Par conséquent, il faut soustraire ces 28 millions aux 100 millions dont vous parlez.

M. Scarth: Non. En fait, nous supposons que si la SRC ferme les installations dont elle est propriétaire–exploitante, elle devra quand même conserver certains centres essentiels, comme Toronto, Montréal et Vancouver.

M. Ianno: Ce ne serait donc que les grands centres.

M. Scarth: En effet. Nous nous attendons à ce que la SRC conserve donc une partie de ces 28 millions de dollars. Pour les besoins de notre démonstration, nous supposons qu'elle garderait la moitié de cette somme.

M. Ianno: Si j'ai bien compris alors que dans les grands centres comme Toronto ces services sont peut–être moins nécessaires que dans les petites régions. . . Vous recommandez de fermer les petites stations.

[*Text*]

Mr. Tremblay: We're not talking about leaving the stations open. We're talking about maintaining a significant production presence in those main markets. We're not talking about the stations themselves.

Mr. McCabe: All that would remain would be a transmitter, except in Toronto, Montreal and perhaps Vancouver. We're talking about closing the local stations—

Mr. Ianno: In the smaller regions.

Mr. McCabe: —all except in the centre of the network, whether it's Toronto or Montreal.

Mr. Ianno: Thank you.

The Chairman: I think what we have to do is perhaps have one more question over here and go back over there. We're chewing up time at a brisk rate here.

Ms Brown (Oakville—Milton): I'm really grateful for my colleague's questions, Mr. Chairman. I read page 4 three times and didn't get it. What was missing was that key line: we want to close local stations.

I have to compliment you for being so positive about everything, but on the other hand, that's the one negative line that is the underlying way to save $100 million. I couldn't find it anywhere else.

Why should I, as a politician who knows all politics are personal and local to my constituents, agree to allow the alternative view that the CBC presents to that of the private broadcasters, most of whom share a similar ideology. . .? Why should I encourage the closing of local stations, which my people tune into, so that they only have the choice of that one ideology that comes through the private networks?

Mr. McCabe: I don't know that I accept that there is an ideology that comes through the private networks or the CBC. I agree and disagree at various times with both of them.

I think the answer to that question may be another question. That is, at a time when resources are short, when decisions are going to have to be made about cutting, are you going to be able to make a choice—and what kind of choice would you make—between closing up this service, which is a service being provided by others, in favour of the national service of the CBC, or would you choose to cut the unemployment insurance benefits? Would you choose to cut welfare payments? These are choices the Minister of Human Resources Development is now offering in the House.

[*Translation*]

M. Tremblay: Nous ne proposons pas de garder les stations ouvertes. Il s'agit plutôt de maintenir une capacité de production importante dans ces principaux marchés. Nous ne parlons pas de stations proprement dites.

M. McCabe: Il resterait seulement un émetteur, sauf à Toronto, Montréal et peut–être Vancouver. Nous parlons de fermer les stations locales. . .

M. Ianno: Dans les petites régions.

M. McCabe: . . .partout sauf au centre du réseau, que ce soit Toronto ou Montréal.

M. Ianno: Merci.

Le président: Peut–être pourrions–nous poser une question de plus de ce côté–ci et retourner ensuite de ce côté–là. Le temps passe vite.

Mme Brown (Oakville—Milton): J'ai vivement apprécié les questions de mon collègue, monsieur le président. J'ai lu la page 4 trois fois sans réussir à comprendre. Ce qui manquait c'est l'essentiel à savoir que vous voulez fermer les stations locales.

Je dois vous féliciter pour votre attitude si positive, mais d'un autre côté, c'est par cette phrase négative que vous parlez d'économiser 100 millions de dollars. Je ne l'ai trouvé nulle part.

En tant qu'élu politique qui sait que, pour mes concitoyens, la politique est toujours une question très personnelle et très locale, pourquoi devrais–je souscrire au point de vue des radiodiffuseurs privés qui, pour la plupart, partagent la même idéologie. . . Pourquoi devrais–je me prononcer pour la fermeture des stations locales que mes concitoyens écoutent, ce qui les limiterait à la seule idéologie diffusée par les réseaux privés?

M. McCabe: Je ne crois pas qu'on puisse dire que les réseaux privés ou la SRC diffusent une idéologie particulière. Je ne suis pas toujours d'accord avec les uns ou les autres.

Je pense que, pour répondre à votre question, je dois soulever une autre question. Autrement dit, quand on dispose de ressources limitées et qu'il faut procéder à des compressions, vaut–il mieux fermer ce service, qui est assuré par d'autres radiodiffuseurs, et limiter la SRC au service national ou réduire les prestations d'assurance–chômage? Préféreriez–vous réduire les prestations d'aide sociale? Tels sont les choix que le ministre du développement des ressources humaines propose actuellement à la Chambre.

• 0950

I'm not sure how your constituents would weigh that. I know the CBC management very effectively comes and talks to MPs about their local operations, because that's what touches you directly. But I would suggest that unemployment insurance payments touch you directly too.

Ms Brown (Oakville—Milton): There are other choices as well, if I may say so, Mr. Chairman. There are the tax exemptions and subsidies to people such as the owners of the major networks, the private networks, as well. We might consider to cut those as opposed to unemployment insurance.

Je ne sais pas exactement ce que vos concitoyens en penseraient. Je sais que la direction de la SRC sait très bien parler aux députés de ses activités locales, car cela les touche directement. Je dirais toutefois que les prestations d'assurance–chômage vous touchent directement aussi.

Mme Brown (Oakville—Milton): Il y a également d'autres choix possible, monsieur le président. Il y a les exemptions d'impôt et les subventions accordées par exemple aux propriétaires des grands réseaux et des réseaux privés. Nous pourrions songer à les éliminer plutôt que de réduire l'assurance–chômage.

[*Texte*]

Mr. McCabe: I'm not sure what are those tax exemptions and subsidies. I don't know of any to private broadcasters.

The Chairman: Understanding that we have other guests, let me propose that we go to Simon, do two over here, then Madam Tremblay, and perhaps your pathetic little chairman may try to get in his little questions.

Mr. Ianno: Make them short, then.

Mr. de Jong (Regina—Qu'Appelle): Thank you very much, Mr. Chairman.

Welcome to the witnesses. We have a lot of questions—and I don't think we have the time to answer them all—in terms of closing down the local stations.

I mean, boy, oh, boy, there's been a horrendous concentration in the media, cross-ownership, I'm afraid, of major cities such as Regina, where you have one vested group of interests, perhaps, controlling the newspapers, the radio and television. No, thank you. I want to see some CBC presence in there as well to make certain there are some genuine choices.

However, I'm not entirely happy with how both the public and the private broadcasters have handled political questions. I think the American model makes more sense, to make certain that if you air one side, one set of opinions, you go out of your way to make certain there is another set of opinions aired as well, that there is some balance.

In terms of financing in the CBC, basically you want the CBC to withdraw from local broadcasting, because that's where you feel the private broadcasters can make some money. You want to see the CBC really withdraw from some of the professional sports—all those activities that draw large audiences. You feel that really that's perhaps not necessary any more in terms of the CBC mandate. So you've stripped that from the CBC. My question is this: how are we going to finance the CBC?

You talk as well about the deficit restraints, and you're not willing to accept a special tax on private broadcasters. So you push the CBC into a very narrow corner. You've created a dilemma.

So if you want to see the CBC accept less advertising revenue, engage in those activities that might generate some commercial revenue as well, how would you propose that the CBC should be financed?

The Chairman: How does your proposal affect advertising income?

Mr. McCabe: We have a difficulty in this. As I said, a third of our members are CBC affiliates. They do not want to see the CBC becoming less commercial in its activity, because this is a programming stream they need to be popular. Our sense is that the CBC need not be less popular. It can concentrate on those things that are about this country and not duplicate what the private broadcasters do.

[*Traduction*]

M. McCabe: Je ne sais pas exactement de quelles exemptions d'impôt et subventions vous parlez. À ma connaissance, les radiodiffuseurs privés n'y ont pas droit.

Le président: Comme nous avons d'autres invités, je propose que nous donnions la parole à Simon, que nous posions deux questions de ce côté-là, après quoi ce sera le tour de M^me^ Tremblay et peut-être que votre petit président pathétique pourra lui aussi poser ses petites questions.

M. Ianno: À la condition qu'elles soient brèves.

M. de Jong (Régina—Qu'Appelle): Merci beaucoup, monsieur le président.

Je souhaite la bienvenue à nos témoins. Nous avons beaucoup de questions—que nous n'aurons peut-être pas le temps de poser toutes, en ce qui concerne la fermeture des stations locales.

Je veux dire qu'il y a une concentration épouvantable dans les médias. Dans des grandes villes comme Régina, ce sont les mêmes groupes qui ont la haute main sur les journaux, la radio et la télévision. Non, merci. Je veux que la SRC y reste présente et que nous puissions avoir des choix réels.

Toutefois, je ne suis pas entièrement satisfait de la façon dont les radiodiffuseurs publics et privés ont traité les questions politiques. Le modèle américain me paraît plus logique. Si vous diffusez un point de vue, une série d'opinions, vous veillez à diffuser également les opinions contraires afin d'assurer un certain équilibre.

Pour ce qui est du financement de la SRC, vous voulez qu'elle se retire de la radiodiffusion locale parce que c'est là que les radiodiffuseurs privés peuvent gagner un peu d'argent. Vous voulez que la SRC se retire de certains sports professionnels, de toutes les activités qui attirent un vaste auditoire. Vous pensez que cela n'entre peut-être plus absolument dans le mandat de la SRC. Si vous enlevez tout cela à Radio-Canada, comment allons-nous la financer?

Vous parlez aussi du déficit et vous n'êtes pas prêt à accepter qu'une taxe spéciale soit imposée aux radiodiffuseurs privés. Vous liez donc les mains de la SRC. Vous vous retrouvez avec un dilemme.

Si vous voulez que la SRC réduise ses recettes publicitaires et renonce aux activités qui peuvent lui rapporter des revenus commerciaux, comment proposez-vous de la financer?

Le président: Quelles seraient les répercussions de votre proposition sur les revenus publicitaires?

M. McCabe: Cela nous pose un problème. Comme je l'ai dit, le tiers de nos membres sont des affiliés de la SRC. Ils ne veulent pas que cette dernière réduise ses activités commerciales, car ils ont besoin de ce genre de programmation pour avoir la faveur du public. Nous ne croyons pas nécessaire que la SRC plaise moins au public. Elle peut se concentrer sur les émissions qui se rapportent au Canada sans reproduire ce que font les radiodiffuseurs privés.

[*Text*]

Our sense with regard to advertising is that even were the CBC to get out of advertising, those moneys would not necessarily accrue to us. We have no evidence that they would. Advertising markets across this country, even the best of them, are sold out to about 75%. The worst are a lot worse than that. It is unlikely that the CBC's pulling out of the advertising market is going to change our lives very much.

[*Translation*]

En ce qui concerne la publicité, même si la SRC y renonce, nous n'allons pas nécessairement récupérer cet argent. Nous n'en avons aucune preuve. Les annonces publicitaires, les meilleures se vendent dans une proportion de 75 p. 100 environ. Pour les autres, c'est loin d'être autant. Si la SRC se retire du marché de la publicité, il est peu probable que cela changera grand–chose pour nous.

• 0955

Mr. Gallaway (Sarnia—Lambton): I don't have any problem with the idea that somebody in the broadcasting industry is making a profit. I can understand your frustration when a Crown organization is intruding artificially into a marketplace. It is a very difficult and very unique situation in Canada, although it exists in other jurisdictions.

M. Gallaway (Sarnia—Lambton): L'idée de profit en matière de radiodiffusion ne me cause aucun problème. Je peux comprendre que vous êtes frustrés lorsqu'une société d'État intervient artificiellement sur le marché. Il s'agit là d'une situation très difficile et tout à fait spéciale au Canada même si elle existe ailleurs.

You have made a suggestion that effectively CBC should abandon regional broadcasting. Firstly, how do you define regional broadcasting? I will preface that by stating that when CBC management were here last week, I believe, they showed us a map of Canada with all the capitals of the provinces and called that regional broadcasting. How do you define regional broadcasting? Also, other than removing the statutory provision that says that CBC must reflect the regions, how else would you change the statutory mandate of CBC?

Vous avez suggéré que la SRC abandonne la radiodiffusion régionale. Tout d'abord comment définissez–vous ce concept? Lorsque les gestionnaires de la SRC étaient ici la semaine dernière si je ne me trompe, ils nous ont montré une carte du pays avec les capitales des différentes provinces et pour eux c'est cela la radiotélédiffusion régionale. Comment la définissez–vous? Sans abroger les dispositions statutaires prévoyant que la SRC doit refléter les régions, comment pourrait–on à votre avis changer le mandat que la loi confère à la SRC?

Mr. McCabe: Our sense is that the statutory mandate does not need to be changed in this respect, that in fact it can be interpreted to mean that the CBC should incorporate in its national services a reflection of the regions and that the programming and the news content should be coming from the regions. I am not talking just about a news centre in Toronto and one in Montreal and that is where it is all done. There will be CBC people across the country ensuring that there is a reflection of those regions.

M. McCabe: Il n'est pas nécessaire de le modifier pour cela; en effet on peut interpréter ce mandat de la façon suivante: les services nationaux doivent refléter les régions avec une programmation et des nouvelles provenant de celles–ci. Je ne veux pas dire qu'il doit simplement y avoir un centre de nouvelles à Toronto et un à Montréal où tout se fait, mais bien du personnel de la SRC partout au pays qui s'assure de la représentation régionale.

I guess our definition of regional is not, in a sense, very different from that of the CBC. When we are talking about Saskatchewan, for the sake of argument, we have stations there that are covering the province for Regina and Saskatoon and for other parts of the province. Our sense is that a job is now being done by private broadcasters to ensure that Saskatchewan knows about itself.

En fait, notre définition d'une radiotélédiffusion régionale n'est pas, dans une certaine mesure, très différente de celle de la SRC. Dans le cas de la Saskatchewan, par exemple, nous avons des stations qui couvrent toute la province, Regina, Saskatoon etc. Les radiodiffuseurs privés s'assurent en effet que la Saskatchewan est au courant de ce qui se passe chez elle.

Mr. McKinnon (Brandon—Souris): I am a sitting member from remote Canada. I am far enough away from large centres that I would be concerned about regionalism and how it would affect that component of the nation. I would like you to address that, to ask you whether or not you feel that the need will be met.

M. McKinnon (Brandon—Souris): Je viens d'une région éloignée. Je suis suffisamment éloigné des grands centres pour me préoccuper de la question du régionalisme et de l'impact de celui–ci sur la nation toute entière. J'aimerais que vous me parliez de cette question, estimez–vous que l'on répondra aux besoins.

The second question is that we heard yesterday from a witness who stated that if we didn't have a CBC, then we would now be trying to invent one. How would you reinvent CBC?

La deuxième question est la suivante: hier nous avons entendu un témoin nous dire que si la SRC n'existait pas, il faudrait l'inventer. Comment vous y prendriez–vous pour réinventer la SRC?

The Chairman: In a sentence or two.

Le président: En une phrase ou deux?

Mr. McCabe: On the first point, there is in fact a television station in Brandon.

M. McCabe: Pour répondre à votre première question, il existe en fait une station de télévision à Brandon.

Mr. McKinnon: Which is a twin–stick operation. It is an affiliate for both CTV and CBC. Would you just shut off one of the buttons?

M. McKinnon: Il s'agit en fait d'une station jumelée, qui est affiliée à la fois de CTV et de CBC. Est–ce que vous voudriez vous désaffilier de CBC?

Mr. McCabe: No, it would continue to transmit in Brandon. There would be no change in that.

M. McCabe: Non, on continuerait à transmettre à Brandon, il n'y aurait pas de changement à cet égard.

[*Texte*]

On the other question, how we would reinvent the CBC, I believe that we would want to invent the CBC if there weren't one, because there are parts of this country that we cannot economically serve. There are stories that we cannot economically tell. There should be a public news service nationally and internationally that competes with us.

We could invent a CBC supported broadly in two ways. One of them is the public purse, and the second is by a charge on all of the carriers. By that I mean that the telephone companies will soon be in the broadcasting business. I think the telephone companies and the cable companies could reasonably be charged for the privilege of making a profit at selling the CBC and selling us. There is money there to fund a public broadcaster, and that ought to be done.

Mr. McKinnon: The same witness said the same thing.

Le président: M^me^ Tremblay, une dernière question.

Mme Tremblay: À la page 10 du document que vous nous avez présenté plus tôt, vous parlez d'un organisme indépendant qui pourrait évaluer objectivement—bien qu'on sache tous que l'évaluation est quand même subjective—et apprécier subjectivement la façon dont la Société s'acquitte de son mandat.

• 1000

Pourriez-vous élaborer un peu là-dessus? Comment voyez-vous cela? De quelle sorte d'organisme s'agirait-il?

M. M. Tremblay: On ne l'a pas nommé. Le CRTC pourrait être cet organisme ou c'est une tâche qui pourrait relever directement du ministère du Patrimoine canadien. Nous suggérons, d'une part, que la Société utilise dès maintenant les systèmes de cotes d'écoute pour connaître la popularité de ses émissions. On croit que cela devrait continuer parce que c'est une source d'informations utiles pour qu'elle puisse connaître, chaque semaine, la portée de sa programmation, tant sur le marché français qu'anglophone. Cela doit demeurer.

D'autre part, il y a le CRTC qui fait sa revue de la Société tous les cinq ou sept ans. On dit que c'est intéressant mais ce n'est pas assez. Afin de tenir compte des préoccupations exprimées par les Canadiens et par les parlementaires, quant à savoir si la Société rencontre les termes de son mandat, on pense qu'un rapport annuel serait utile. Ce rapport pourrait faire état à la fois des mesures objectives de performance, par exemple, en ce qui a trait à certaines dépenses ou pourcentages relatifs à des émissions dans certaines catégories. Il pourrait aussi donner une analyse subjective faite par le biais de *focus group* ou par le moyen de sondages par lesquels on poserait des questions aux Canadiens quant à leur perception de la Société d'État et si elle reflète les régions et les réalités linguistiques, etc.

Je pense qu'en constituant cette base de données on pourrait avoir un point de vue assez juste.

Mme Tremblay: Brièvement. Vous dites que Radio-Canada devrait être soumis à Loi sur l'accès à l'information. Quand on parle de cela à Radio-Canada, on nous dit: non, parce que vous me mettriez dans une situation différente, dans une situation

[*Traduction*]

Quand vous me demandez comment on réinventerait la SRC, je peux vous dire que nous voudrions certainement que la SRC existe parce qu'il y a des régions du pays que l'on ne peut desservir de façon rentable. Il y a des programmes qui ne sont pas rentables. Il doit exister un service national et international de nouvelles pour nous faire concurrence.

Il s'agirait d'une SRC financée à la fois par les deniers publics et par la perception de frais imposés à tous les radiodiffuseurs. Les compagnies de téléphone vont bientôt faire partie de l'univers de radiotélédiffusion. Il serait normal que les compagnies de téléphone et de câblodistribution se voient imposer des frais pour le privilège de s'enrichir en vendant nos services comme ceux de la SRC. C'est là où l'on pourrait trouver les fonds nécessaires à la radiotélédiffusion publique et c'est ce que l'on devrait faire.

M. McKinnon: Ce témoin dont je parlais a dit exactement la même chose.

The Chairman: Mrs. Tremblay, last question.

Mrs. Tremblay: On page 10 of the brief that you presented earlier, you suggest that an independant body make an objective evaluation—although we know that an evaluation is still subjective—as well as a subjective appreciation of the way in which CBC fulfills its mandate.

Could you please elaborate on this? What kind of independent organization could it be?

Mr. M. Tremblay: The CRTC was not mentioned, but it could fill that role or it could come directly under Heritage Canada. We would suggest that the corporation use the rating system to know how popular its programs are; it is a very useful source of information because it can give the corporation a good idea, week after week, of how well its programs are received on the French as well as on the English network.

On the other hand, the CRTC makes a review of the CBC every five or seven years. It is interesting but it is not enough. In order to deal with the concerns voiced by Canadians and Parliamentarians as to whether or not CBC fulfills its mandate, we think that an annual review would be useful. Such a review would make an objective assesment of the Corporation's performance measures for example as far as some expenses are concerned or percentage of programs in some categories. There could also be a subjective analysis through focus groups or polls where Canadians would be asked about their perception of the Crown Corporation, regional broadcasting, language, etc.

I think that such a data base could give us a rather accurate idea of the situation.

Mrs. Tremblay: Briefly, you say that CBC should come under the Access to Information Act. When we talk about that with CBC they tell us that they should not come under this act because that would put them in a difficult situation compared to

[*Text*]

difficile par rapport à mes concurrents privés. Vos membres rendent–ils tout public? Sont–ils transparents? Ne demandez–vous pas à Radio–Canada d'être plus transparent que vous ne l'êtes vous–même?

M. M. Tremblay: Nos membres répondent de leurs actions à leurs actionnaires et la Société d'État doit répondre aux contribuables de ses actions. On parle de l'utilisation des fonds publics. L'accès à l'information ne résoudra pas tous les problèmes en termes de mettre l'information sur la table. Il est évident qu'il y a des provisions qui ne permettraient pas à quiconque d'avoir accès à des données concurrentielles.

Néanmoins, je pense que cela nous permettrait de faire un bon bout de chemin pour améliorer la transparence car tous ceux qui se sont frottés au processus actuel, qui ont tenté de voir comment on pourrait améliorer la Société, se sont buttés à des réalités, à savoir qu'il y a une absence de données flagrante au niveau des détails. Je pense qu'en ce sens, les Canadiens ont le droit d'en savoir davantage que ce qui est contenu dans le rapport annuel de la Société. Ce rapport répond peut–être aux exigences du Parlement mais ce n'est pas suffisant. On pense que ce serait un pas dans la bonne direction.

Mme Tremblay: D'accord. Merci.

The Chairman: This is my last question, and it's preceded by two observations. One is strictly personal. There is a distinction between local radio and local television. With respect, I do not think that even in the largest cities there is an equivalent information service in the morning or at noon to what's offered by CBC Radio. I just don't think it even comes close, and that's a strictly personal observation, whereas I am prepared to go with you.

Mrs. Tremblay: I would support it.

Mr. McCabe: About 85% of the population disagrees, but I personally would probably agree with you.

The Chairman: However, you may have a stronger case. Again, that's a personal observation.

Mr. de Jong: Who are you listening to?

Mr. McCabe: We are the elite of the country.

The Chairman: You have the bad luck to be with the 15%.

The second observation—which is *apporter de l'eau à son moulin*—is simply if you take what the CBC has given us as a breakdown of the total corporate expenditures, they say if you put radio and television together, program activities account for $1.153 billion. This is what they tell us.

They break it down the following way. They say 21% is inter–regional—region to region—which comes to $249 million as a pool of money. They say regional contribution—which is I guess what you're talking about—to the national network is about 11% or $124 million, and the rest is national network, which is 67% or $779 million. It may be that when you're looking for $100 million you may actually be able to find closer to $249 million, not that I'm necessarily saying we're going to go with you on that, but you might want to look at that figure. That's just an observation.

[*Translation*]

competitors from the private sector. Are your members as transparent as that? Are you not asking CBC to be more transparent than you are yourself?

Mr. M. Tremblay: Our members have to answer to the shareholders and the Corporation must answer to the taxpayers. There is a question of use of public funds here. Access to information will not solve all the problems as far as transparency in concerned. It stands to reason that there are provisions in the act that would not allow access to data of a competitive nature.

However, I think that it might help somewhat to make things more transparent. All those who know the present situation and who tried to improve the situation of the corporation were struck by a blatant lack of detailed data. That is why I think that Canadians have a right to know more than what is in the annual report of the corporation. Such a report might be all that Parliament requires, but it is not sufficient. So therefore, we feel that it would be a step in the right direction.

Mrs. Tremblay: Very well. Thank you.

Le président: C'est ma dernière question et elle est précédée de deux observations. Tout d'abord une observation strictement personnelle. Il y a une distinction à établir entre radiodiffusion locale et télévision locale. Je m'excuse, mais je ne crois pas que même dans les métropoles, il existe le matin ou à midi un service d'information semblable à celui qui est offert par la radio de la SRC. Certainement pas. C'est une observation strictement personnelle.

Mme Tremblay: Je suis d'accord.

M. McCabe: Environ 85 p. 100 de la population n'est pas d'accord avec cela mais je serais probablement d'accord avec vous.

Le président: Votre argument est sans doute plus fort que le mien. Mais c'est une observation personnelle.

M. de Jong: Quelle radio écoutez–vous?

M. McCabe: Nous sommes l'élite au pays.

Le président: Mais malheureusement vous faites partie des 15 p. 100.

La deuxième observation *is all grist to his mill*; car si l'on reprend la ventilation des dépenses totales de la Société, quand on regroupe radio et télévision, les activités des programmes représentent 1,153 milliard de dollars. C'est ce que nous dit la Société Radio–Canada.

La ventilation est la suivante: 21 p. 100 pour les activités inter–régionales—de région à région—soit 249 millions de dollars. La contribution régionale—je suppose que c'est ce dont vous parlez—au réseau national est d'environ 11 p. 100, soit 124 millions de dollars et le reste représente le réseau national, soit 67 p. 100 ou 779 millions de dollars. Quand vous parlez de 100 millions de dollars il est possible qu'il s'agisse d'un chiffre qui se rapproche de 249 millions de dollars. Ce qui ne signifie pas nécessairement que je suis d'accord avec vous mais vous aimeriez peut–être voir de quoi il s'agit. C'est une simple observation.

[*Texte*]

[*Traduction*]

• 1005

The final point is this. We were told yesterday by Sandra Macdonald, who comes with a variety of experiences, that in the United States it's not the networks that make the money, it's the the stations that are owned by the networks. I'm trying to figure out whether, first of all, that is true for the private broadcasting sector. Is it the stations of CTV or TVA that make the money and not the network, in effect? If that's true, is it also true for CBC?

Mr. McCabe: Yes, it is correct in respect of the private networks that it is the stations that make the money and not the networks, but that's because of the nature of the networks, which in effect are required. . . I won't get into it, but the deal with CTV is that they provide 40 hours of programming and they have equivalent revenues, if you will, so that they don't make very much money, nor these days do the television stations.

On the question of CBC, as far as one can gather from the figures that we see, it is the network that makes the money.

The Chairman: We thank you for that presentation. It obviously engaged us. We thought it helpful and stimulating as always.

Mr. McCabe: Thank you very much.

The Chairman: We'll now take a five–minute break.

Hier, Sandra Macdonald, qui a pas mal d'expériences diverses en ce domaine, nous a dit qu'aux États–Unis, ce ne sont pas les réseaux qui s'enrichissent, mais les stations qui sont la propriété des réseaux. J'essaie de voir si cela vaut également pour le secteur de la radiodiffusion privé. Est–ce que ce sont les stations de CTV et de TVA qui s'enrichissent et non pas le réseau? Et si c'est vrai, cela vaut–il également pour la SRC?

M. McCabe: Vous avez raison en ce qui concerne les réseaux privés: ce sont les stations qui s'enrichissent, non les réseaux, et cela est dû à la nature même des réseaux qui doivent. . . Je ne m'étendrai pas sur cette question, mais l'entente avec CTV prévoit que ce réseau fournira 40 heures de programmation avec recettes correspondantes. De cette façon, le réseau ne s'enrichit pas beaucoup, pas plus que les stations de télévision de nos jours.

Au sujet de la SRC, c'est le réseau qui empoche les grosses recettes.

Le président: Nous vous remercions de votre exposé qui nous a beaucoup intéressés. Nous l'avons trouvé utile et stimulant.

M. McCabe: Merci.

Le président: Nous ferons une pause de cinq minutes.

• 1007

• 1019

Le président: Messieurs, mesdames, nous avons 45 minutes pour une discussion avec l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, qui est représentée par deux personnes. Leur texte est formidable, mais il est d'un poids et d'une longueur impressionnants. Et même s'il est exclusivement en français, mesdames, je suis certain que mes collègues vous poseront des questions. Ils ne feront pas la grève.

The Chairman: Ladies and gentlemen, we now have 45 minutes during which we will hear two representatives from l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec. The brief is very interesting but it is very long. And ladies, although it is only in French I'm sure that my colleagues will ask you questions. They are not on strike.

• 1020

Je demande donc à nos témoins de nous donner un résumé du texte de 10 à 15 minutes. Soyez les bienvenues.

Mme Louise Baillargeon (présidente et directrice générale de l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec): Monsieur le président, messieurs et mesdames les députés, je suis accompagnée de Suzanne D'Amours, directrice générale adjointe de l'association. Rassurez–vous: nous ne lirons pas le texte en entier ce matin.

Le président: Quel soulagement!

Ms Baillargeon: Being an association, when we intervene in front of a committee like yours we have to undergo a democratic process. Our brief was only ready yesterday so we couldn't submit it in both languages, but we will provide you with an English version, which we encourage you to read.

L'Association des producteurs de films et de télévision du Québec apprécie l'occasion qui lui est offerte d'intervenir devant vous aujourd'hui dans le cadre du mandat qui vous a été confié par le ministre Dupuy.

So I would like to ask our witnesses to summarize their brief in 10 to 15 minutes. Welcome.

Mrs. Louise Baillargeon (President and General Director of the Association des producteurs de films et de télévision du Québec): Mr. Chairman, ladies and gentlemen, members of the committee, I have come here with Suzanne D'Amours who is Assistant General Director of our association. We want to reassure you, we will not read the text in its entirety this morning.

The Chairman: What a relief!

Mme Baillargeon: Une association comme la nôtre qui désire présenter un mémoire à un comité comme le vôtre doit le faire de façon démocratique. Notre mémoire n'a été prêt qu'hier et c'est pour cela que nous ne pouvons vous le soumettre dans les deux langues, mais nous vous fournirons une version anglaise que nous vous encourageons à lire.

The Association des producteurs de films et the télévision du Québec is happy to have the opportunity to appear before your committee today pursuant to the mandate given to you by Minister Dupuy.

[*Text*]

Nous souhaitons rappeler que l'APFTQ regroupe la très grande majorité des entreprises de production cinématographique et télévisuelle indépendantes du Québec, ainsi que la plupart des entreprises majeures de services techniques. C'est à ce titre que nous sommes intervenus à plusieurs reprises, à l'occasion de la révision de la politique canadienne de la radiodiffusion et de la Loi sur la radiodiffusion, comme lors des différents processus d'attribution ou de renouvellement de licences.

Les plus chevronnés d'entre vous noteront donc que les recommandations que nous formulons aujourd'hui prennent racine dans une philosophie qui s'est affirmée au fil des ans: une philosophie que le législateur a commencé à reconnaître en 1991 et que de nouveaux services de programmation ont adoptée dès leur création. À défaut donc d'être nouvelles ou inédites, les recommandations que nous formulons sont assurément mûries et elles ont à ce point résisté au poids des ans qu'elles nous apparaissent plus pertinentes et adaptées que jamais à l'environnement télévisuel qui se dessine à l'aube du XXI^{e} siècle.

Nous aborderons en tout premier lieu ce qui devrait constituer, à nos yeux, le rôle et la mission de la SRC au sein du système de radiodiffusion canadien.

La mission spécifique de la SRC, à titre de radiodiffuseur public national, a clairement été énoncée par le législateur dans la Loi sur la radiodiffusion. On y précise notamment que la SRC doit offrir des services de radio et de télévision qui comportent «une très large programmation qui renseigne, éclaire et divertit», une programmation qui doit être «principalement et typiquement canadienne», qui reflète la «globalité canadienne» comme la «diversité régionale» et cherche «à être de qualité équivalente en français comme en anglais».

Nous souscrivons entièrement à ces objectifs. D'ailleurs, il nous semble essentiel de rappeler que ce qui importe avant tout, c'est la programmation, ce qui apparaît sur les écrans. Toutes les énergies, toutes les ressources financières de la SRC devraient être concentrées vers ce but et présenter la meilleure programmation possible. Nous considérons notamment que la programmation doit continuer d'être majoritairement canadienne, qu'elle doit demeurer diversifiée en termes de catégories d'émissions, de façon à répondre aux besoins variés des téléspectateurs et des deux grandes communautés linguistiques et culturelles du Canada. À titre de programmeur, la Société Radio–Canada doit poursuivre l'innovation et le goût d'oser et de prendre des risques qui l'ont caractérisée dans le passé.

Nous pensons toutefois qu'à l'intérieur de ces paramètres généraux, des priorités devraient être clairement établies. Ainsi, par exemple, nous croyons que la SRC devrait concentrer ses efforts et accorder une nette priorité à cinq catégories principales d'émissions canadiennes: les émissions d'information, nouvelles et affaires publiques; les émissions dramatiques, y compris les longs métrages cinématographiques; les émissions pour enfants; les variétés de prestige et les émissions consacrées aux arts de la scène; ainsi que les documentaires.

[*Translation*]

We want to remind you that our association is an umbrella group for most independent film and television producers in Quebec as well as most major firms of technical services. It is in this capacity that we testified on several occasions during the review of the Canadian Broadcasting Policy and the Broadcasting Act as well as during the various processes of licence delivery and renewal.

The most seasoned parliamentarians amongst you will therefore understand that our recommendations are drawn from our philosophy which was built over the years. The legislators started to recognize the importance of it in 1991 and new programming services adopted it from their very inception. Therefore if our recommendations are not new or original, they are well thought out and have stood the test of time to the point where they seem more relevant and better suited to the television environment of the 21st century.

We will first of all tell you what, according to us, the role and mission of CBC should be within the Canadian Broadcasting System.

The Canadian Broadcasting Corporation, as the national public broadcaster, should "provide radio and television services incorporating a wide range of programming that informs, enlightens and entertains", the programming should be "predominantly and distinctively Canadian", it should reflect "Canada and its regions" and strive to be "of equivalent quality in English and in French".

We are totally in agreement with these objectives and we think it is essential to remind you that what is first and foremost is programming, in other words what we can see on the screens. All the energies and financial resources of CBC should be focused on that goal which is the best programming possible. Which means that programming must continue to be mainly Canadian, diversified as far as types of programs are concerned, so that the Corporation meets the various needs of viewers and the two great linguistic and cultural communities in Canada. As a corporation involved in programming, CBC should be as innovative and as daring as it was in the past.

However, within this general framework, priorities should be clearly established. That is why we believe that the CBC should focus its efforts and give a distinct priority to five main categories of Canadian programming: information, news and public affairs, drama including feature films, children's programs, top–level variety shows and theatre programs as well as documentaries.

[*Texte*] [*Traduction*]

• 1025

Ces cinq catégories d'émissions, qui sont parmi les plus coûteuses à produire, sont aussi celles qui jouent le rôle le plus déterminant dans l'affirmation de l'identité et de la souveraineté nationale canadiennes. Ne serait–ce qu'à ce titre, elles devraient être privilégiées par le diffuseur public national.

Or, nous constatons, à la lecture d'un document préparé par le syndicat des journalistes de Radio–Canada, une augmentation importante des émissions de variétés, pas toujours haut de gamme, et de sport, ainsi qu'une diminution importante des émissions d'information et des dramatiques

Mme Suzanne D'Amours (directrice générale adjointe de l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec): Si le mandat de la SRC à titre de diffuseur public est clairement inscrit à l'article 3 de la Loi sur la radiodiffusion, article qui définit la politique canadienne de la radiodiffusion, aucune référence n'est faite dans cet article à son statut de producteur public. En fait, la SRC pourrait très bien s'acquitter du mandat de diffuseur public que lui confère la loi sans produire elle–même les émissions qu'elle diffuse, à l'exception des émissions d'information et de certains types d'émissions sportives comme la couverture des Jeux olympiques, par exemple. D'autres services publics de télévision à travers le monde ont d'ailleurs opté avec succès pour une telle solution.

Depuis nombre d'années, l'APFTQ préconise que le gouvernement assigne à la SRC comme objectif à long terme de se retirer complètement de la production interne d'émissions, sauf pour ce qui est des émissions d'information et de sport. À cet égard, nous vous invitons à consulter les conclusions auxquelles était arrivée la Commission d'étude sur le cinéma et l'audiovisuel en 1982, au terme de plus de 18 mois d'enquête approfondie.

Douze ans plus tard, en dépit de nombreuses restructurations et autres rationalisations qui ont eu cours, ne sommes–nous pas encore et toujours confrontés au même diagnostic? N'est–ce pas précisément parce que ces problèmes n'ont jamais été solutionnés de façon efficace que votre Comité est aujourd'hui chargé de réexaminer le rôle de la SRC, ses sources des financement et ses méthodes administratives?

Nous reviendrons plus en détail plus loin sur les problèmes administratifs et de gestion proprement dits. Pour l'heure, nous tenons surtout à souligner que l'une des façons les plus probantes et stimulantes d'alléger la structure de la SRC serait, à notre avis, de dissocier nettement sa mission de diffuseur public de sa fonction de producteur public, et de restreindre cette dernière à la production d'émissions d'information et, à la limite, à la couverture de grands événements sportifs du type Jeux olympiques, Jeux du Commonwealth, Jeux du Canada, etc.

Ainsi, la SRC, à notre avis, serait mieux en mesure de concentrer ses énergies et sa réflexion sur la mission fondamentale que lui confère la loi, celle de diffuseur national. Cette mission, répétons–le, nous croyons que la SRC pourrait s'en acquitter encore mieux en recourant au secteur de la production indépendante canadienne. Les producteurs indépendants ont accès à un bassin de créateurs et techniciens extrêmement étendu et constamment renouvelé. Ils ont accès à

These five categories of programs, which are amongst the most costly to produce, are also those which play the deciding role in the affirmation of Canadian identity and sovereignty. If only for that reason, they should be given priority by the national public broadcaster.

However, when reading a document prepared by the union of CBC reporters, we realized there has been a major increase in variety shows, not always top quality shows and in sports and a major decrease in information programs and dramas.

Madam Suzanne D'Amours (Assistant General Director, Association des producteurs de films et de télévision du Québec)(Quebec Association of Film Directors and Television Producers): If the mandate of the CBC as a public broadcaster is clearly defined under section 3 of the Broadcasting Act, which defines Canadian broadcasting policy, no mention is made in that section of its status as a public producer. As a matter of fact, CBC could very well carry out its mandate as a public broadcaster under the act without producing the programs it broadcast except for information programs and some type of sport events such as the Olympic Games for example. Public television services around the world have chosen such an option and been successful.

For a number of years our association has recommended that the government gives as a long term objective to CBC to stop producing its own programs except for information and sports. In that regard, we invite you to go back to the recommendations made in 1982 after more than 18 months of in–depth study by the Commission of Inquiry on Film and Audiovisual.

Twelve years later, in spite of numerous restructuring and other streamlining, are we not still confronted with the same problem? Is it not precisely because these problems have never been solved adequately that your Committee was mandated to study once more the role of the CBC, its sources of financing and administrative methods?

We will come back in more detail later to the administrative and management problems per se. At the present time, we would like to say that one of the proven and most stimulating methods for lightening CBC's structure would be, according to us, to separate its mission as a public broadcaster from that of public producer and to limit production to information programs and if absolutely necessary to exceptional sports events such as the Olympic Games, the Commonwealth Games and the Canada Games, etc.

Thus, CBC would be, according to us, better equipped to focus on its fundamental statutory mission, that of a national broadcaster. We think that CBC could even do a better job at it by asking independant Canadian producers to produce material for them. Independant producers have access to a very wide and constantly renewed pool of creators and technicians, to varied sources of financing and they have been able to work in partnership with other producers and distributors, which allows

[*Text*]

des sources de financement diversifiées au Canada et ont su développer des partenariats avec des coproducteurs comme avec des diffuseurs étrangers, ce qui permet à la fois de faciliter le financement des émissions canadiennes et d'assurer le rayonnement de notre culture à l'étranger.

Dans toutes les catégories d'émissions, qu'il s'agisse de séries dramatiques, de téléromans, d'émissions de variétés, de comédies de situation, d'émissions pour enfants, de documentaires ou d'émissions consacrées aux arts de la scène, les producteurs indépendants réalisent aujourd'hui des émissions de très grande qualité qui pulvérisent les records d'auditoire au Canada. Qu'on pense aux *Filles de Caleb*, à *Ann of Green Gables*, à *Blanche*, à *North of 60*, à *Scoop*, à *The Boys of St–Vincent*, à *La petite vie*, à *Road to Avonlea* et j'en passe. Nous pensons que les producteurs devraient maintenant être les seuls à fournir les émissions à Radio–Canada.

C'est pourquoi nous croyons que le temps est venu de fixer à la Société Radio–Canada des objectifs précis en matière de recours à la production indépendante et un échéancier qui soit également précis et concret. Nous considérons, pour notre part, que l'objectif d'acquérir 100 p. 100 des émissions canadiennes autres que l'information et le sport auprès du secteur indépendant pourrait être atteint en l'espace de deux termes de licence. Au terme de l'actuelle période de licence, qui a débuté le 1er octobre 1994 et qui se terminera le 31 août 1999, la SRC devrait passer d'environ 45 pour 100 actuellement, selon la SRC, à 70 p. 100, et au terme de la seconde période de licence, qu'elle soit de cinq ou sept ans, la SRC devrait atteindre 100 p. 100. Ces pourcentages devront s'appliquer aux dépenses de programmation canadienne et non en heures de diffusion.

[*Translation*]

at the same time for financing of Canadian progamming and exposure of Canadian culture abroad.

In the different categories, drama, soaps, variety shows, sitcoms, children programming, documentaries and theatre productions, independant producers make very high quality programs nowadays and have the highest ratings in Canada. We just have to think of *Filles de Caleb*, *Ann of Green Gables*, *Blanche*, *North of 60*, *Scoop*, *The Boys of St–Vincent*, *La petite vie*, *Road to Avonlea*, etc. We think that independant producers should now be the only ones to produce programs for CBC.

That is why we think that the time has come to set definite objectives for CBC to hire independant producers within a framework that is at the same time precise and concrete. We think that within two licensing terms, we could meet the objective of having independant producers produce 100% of Canadian programming other than information and sports. During the present licensing period which started on October 1, 1994 and which will last until August 31, 1999, the CBC should increase independant producing from 45% nowadays to 70% and at the end of the second licensing period, whether it is five or seven years, independant programming should be 100%. These percentages should apply to Canadian programming expenses and not broadcasting time.

• 1030

Rappelons encore une fois que ce transfert ne touche pas le secteur clé de l'information ainsi que les grands événements sportifs, deux secteurs qui, selon l'Association canadienne des radiodiffuseurs, accaparent plus de 65 p. 100 des dépenses de programmation canadienne des télédiffuseurs conventionnels. C'est du 35 p. 100 qui reste que nous parlons ici.

En assignant un tel objectif à la SRC, le gouvernement canadien reconnaîtrait que les lents, minimes et progressifs changements annuels qui ont été implantés sans enthousiasme depuis une décennie n'ont rien modifié à la nature fondamentale des problèmes qui confrontent la SRC, et qu'il faut plutôt chercher des solutions dans des changements profonds et substantiels de la mission confiée à la SRC.

Nous sommes persuadés qu'une gamme étendue d'options permettra à la SRC de faire face à toutes les situations et de remplir adéquatement sa mission de diffuseur public à des coûts compétitifs.

Pour ce qui est des infrastructures de production dont dispose la SRC et qui deviendraient surnuméraires si la SRC devait utiliser les services de producteurs indépendants pour la totalité de sa production, nous suggérons que la gérance en soit confiée à des entreprises privées de services techniques à travers des procédures d'appel d'offres.

We should point out once again that this transfer does not affect the key sector of information as well as major sporting events, two sectors which, according to the Canadian Broadcasters Association, absorb over 65% of all expenditures for Canadian programming by ordinary television broadcasters. We're talking about the remaining 35%.

By giving the CBC that kind of objective, the Canadian Government would recognize that the slow, minimal and progressive annual changes implemented without enthusiasm for some 10 years have changed nothing to the fundamental nature of the CBC's problems and that the solution should be sought in deep and substantial changes made to the CBC's mandate.

We are certain that a wide range of options will allow the CBC to face all situations and adequately fulfill its mandate as public broadcaster at a competitive cost.

As far as the CBC's production infrastructure which would become redundant if CBC were to use the services of independent producers for all its production, we suggest that the management of said infrastructure be handed over to technical services private enterprise through calls for tender procedures.

[*Texte*]

Enfin, en ce qui a trait au personnel permanent de création et de production dont dispose la SRC, il y a fort à parier qu'étant donné le transfert important qui s'effectuerait de la production interne vers la production intépendante, la majorité d'entre eux trouveraient sans doute à s'employer selon leurs compétences et leurs mérites au sein du secteur indépendant.

Nous sommes profondément convaincus qu'un tel changement serait stimulant et profitable au système canadien de la radiodiffusion comme au public. Nous avons souvent utilisé l'exemple suivant: quel éditeur engagerait à plein temps tous ses auteurs après leur premier roman et leur garantirait un emploi à vie? Et quels seraient, à terme, la vigueur et le dynamisme de la production littéraire qui en résulterait?

Lorsque l'on veut résister aux changements, tous les arguments sont bons pour les décrire comme impossibles, irréalisables et susceptibles de créer plus de problèmes qu'ils n'en solutionnent. Mais si l'on s'engage résolument dans de tels changements, on s'aperçoit bien vite que les montagnes appréhendées se transforment en plaines sinueuses. Si la volonté politique est ferme, aucun problème, nous l'avons dit, ne sera incontournable et les difficultés s'aplaniront d'elles-mêmes.

Mme Baillargeon: Un aspect important de la mission confiée à la SRC est celui d'offrir une programmation en français et en anglais, «de façon à refléter la situation et les besoins particuliers des deux collectivités de langue officielle», mais aussi une programmation qui cherche à être de qualité équivalente en français et en anglais.

Or, depuis plus de 10 ans, nous sommes à même de constater que le fossé ne cesse de s'accroître entre les ressources financières allouées pour produire une heure d'émission en anglais et une heure d'émission en français. Elles sont souvent aujourd'hui de l'ordre de deux ou même de trois pour un en faveur de la production de langue anglaise.

Nous ne souhaitons pas nous prononcer sur la question complexe de savoir comment devraient être allouées les ressources financières globales entre les deux réseaux de la SRC, mais il est une chose dont nous sommes absolument convaincus: en ce qui a trait aux ressources affectées aux coûts directs de programmation canadienne—production interne ou acquisition—et spécifiquement au budget horaire moyen de production, les écarts actuels sont inacceptables et injustifiés.

Nous aimerions également aborder assez brièvement le positionnement de la SRC dans un univers multicanaux.

Nous pensons qu'il y aurait possibilité pour la SRC de partenariats et de revenus additionnels dans cet univers. Cela serait réparti sur deux grands axes.

Un premier axe serait la réutilisation des émissions de catalogue en profitant des nouvelles licences qui viennent d'être accordées à des canaux spécialisés qui sont presque essentiellement des acheteurs de catalogue. La SRC pourrait profiter de cette politique d'ouverture et acquérir des ressources financières additionnelles en vendant son catalogue.

• 1035

Un deuxième axe pourrait être celui de partenariats d'entreprises. Nous avons pu constater, lors des audiences sur les nouveaux services spécialisés, que la SRC n'est pas restée inactive face à cette nouvelle réalité, qu'elle s'est associée, à

[*Traduction*]

Finally, concerning the CBC's permanent creative and production staff, we would think that given the major transfer going from internal production to independent production, the majority of them would doubtless find employment in the independent sector based on their competence and merit.

We are absolutely convinced that such a change would be stimulating and profitable to Canada's Radio Broadcasting System as well as the public. We have often used the following example. What editor would hire a full-time stable of authors after their first novel and guarantee employment for life? Over the years, what would be the vigour and agressiveness of the literary production coming from such a system?

When you want to resist change, all arguments to the effect that it's impossible, unrealistic and would probably cause more problems than it would solve are always good. But if we commit to such change with resolve, we quickly see that the fearful mountains have become levelled plains. If the political will is firm, no problem will be insurmountable, as we have said, and the difficulties will vanish on their own.

Mrs. Baillargeon: One important aspect of the CBC's mission is to offer programming in French and in English "to reflect the specific situation and needs of both official language communities", but also programming that strives to be of equivalent quality in French and in English.

Now, for 10 years, we have seen an ever widening gap developing between the financial resources allocated to produce one-hour programming in English and one-hour programming in French. The difference today is often two to three times higher in favour of the English side.

We're not going to get into the complicated question of how the total financial resources should be allocated between the two networks of the CBC, but we are absolutely convinced of one thing: as far as resources allocated to direct Canadian programming costs—either in-house or from the outside market—and specifically concerning the average hourly production budget, the present discrepancy is unacceptable and unjustified.

We would also like to briefly look at the CBC's positioning in a multichannel universe.

We think it would be possible for the CBC to be involved in partnerships and attract additional revenue in that universe. This would be done on a bipolar axis.

The first pole would be to reuse catalog broadcasts through the new licenses that have just been granted to specialized channels that are almost essentially catalogue buyers. The CBC could profit from this more flexible policy and acquire additional resources by selling its catalog.

The second pole would be that of partnerships between companies. The hearings on new specialty services have shown that CBC did not let this happen without reacting to that new reality but rather that it participated as a minority shareholder,

[*Text*]

titre d'actionnaire minoritaire, de gérant de projet ou de fournisseur d'émissions, à de nouveaux services de programmation de tous types, en plus de requérir en son propre nom de nouvelles licences pour le Réseau de l'information.

Nous ne sommes pas opposés au développement de tels partenariats. Nous considérons toutefois que la présente audience fournit une occasion inespérée de discuter, hors cadre de projets spécifiques et concrets, des principes généraux qui devraient guider la SRC lorsqu'elle s'engage dans de tels partenariats.

Mme D'Amours: Soyons réalistes: dans le nouvel environnement télévisuel, les recettes publicitaires de la SRC ne sont pas appelées à connaître une croissance réelle et significative à moyen et long termes. Au contraire, la concurrence accrue et le fractionnement des auditoires devraient avoir pour effet de gruger petit à petit les recettes et de réduire leur part relative dans le financement global de la SRC.

Certes, au cours de la dernière décennie, l'excédent d'inventaire a pu permettre à la SRC, par une mise en marché plus agressive et un choix d'émissions plus populaires, de compenser la régression des crédits parlementaires par l'accroissement des recettes publicitaires. Mais ce processus ne pourra être utilisé indéfiniment.

À long terme, nous ne sommes pas outre mesure préoccupés de l'incidence que peut avoir la dépendance de la SRC à l'endroit des revenus publicitaires sur la réalisation de sa mission de diffuseur public. Nous sommes en fait davantage préoccupés par l'incidence que pourrait avoir sur la réalisation de cette mission de service public l'imposition à la SRC d'une obligation de réduire drastiquement ses recettes publicitaires. Nous croyons que la solution suivante permettrait à la fois de diminuer la concurrence qu'exerce la SRC à l'endroit des télédiffuseurs conventionnels privés tout en maintenant, par les recettes publicitaires, un niveau de financement absolument nécessaire à l'organisme: c'est de limiter la publicité commerciale que peut vendre et diffuser la SRC à la publicité dite nationale. C'est la politique que le Conseil a adoptée face aux nouveaux services spécialisés, et elle semble fonctionner au bénéfice de l'ensemble des entreprises qui composent le système de la radiodiffusion canadienne.

Bien sûr, il serait souhaitable que toute réduction de recettes publicitaires soit compensée par de nouvelles sources de revenu ou par des économies de coûts administratifs de fonctionnement.

À cet égard, nous aimerions formuler des propositions qui s'inspirent toutes de la même philosophie, à savoir concentrer les activités de la SRC sur sa mission de diffuseur public et concentrer ses énergies et ses ressources financières sur la programmation, qui est son activité statutaire de base et sa raison d'être.

Depuis une décennie, tous les observateurs ont été à même de constater que le siège social de la SRC à Ottawa a connu une croissance visible et significative. L'importance exacte de cette croissance est difficile à chiffrer puisqu'il est pratiquement impossible de dégager des rapports annuels de la SRC quelque donnée que ce soit sur ce siège social. Nous prions d'ailleurs le Comité de demander à la SRC de donner des données précises à ce sujet de façon à pouvoir disposer d'un indicateur des coûts administratifs qu'il représente annuellement.

[*Translation*]

a project manager or a program supplier in new programming services of all types, and that it has asked for new licences in its own right for the information network.

We are not opposed to this type of partnerships. We do, however, consider that these hearings provide a perfect opportunity to have a debate, beyond specific and concrete projects, on the general principles that should guide CBC when it gets into this type of partnerships.

Ms D'Amours: Let's be realistic: in the new television environment, CBC's advertising revenues are not likely to increase in any real or significant measure in the mid and long–term. On the contrary, increased competition and fragmentation of audiences will probably slowly erode those revenues and reduce their relative contribution to CBC's funding.

It is indeed true that in the last decade CBC was able to compensate the reduction in parliamentary appropriation through increased advertising revenues. It was able to do so because of surplus inventory and through a more aggressive marketing strategy and the broadcasting of more popular programming. But that solution cannot be used indefinitely.

In the long–term, we are not too concerned about the impact that CBC's dependency on advertising revenues might have on the fulfillment of its mandate as a public broadcaster. We are in fact more concerned about the impact on this public service mandate, of any obligation imposed to the Corporation to drastically reduced revenues from that source. We feel that the following solution would result in a lesser competition by CBC with conventional private broadcasters, while maintaining through advertising revenues the level of funding that the Corporation absolutely requires: the solution would be to limit the commercial advertising that CBC would be allowed to sell and broadcast to national advertising. The commission has adopted that policy for new specialty services and it seems to be working well for all the firms in the Canadian broadcasting system.

Obviously it would be desirable to replace any loss of advertising revenues by new sources of income or through reductions in operating costs.

In this regard we have some proposals that are all based on the same principle, which is to focus CBC's activities on its mandate as a public broadcaster and to concentrate its energies and financial resources on programming, since that is its main statutory activities and its *raison d'être*.

It is plain to any observer that CBC's head office in Ottawa has gone through significant growth over the last 10 years. It is difficult to calculate precisely how much this growth amounts to since it is practically impossible to find any data whatsoever at head office in CBC's annual reports. And in that regard we suggest that the committee ask CBC to give more precise data on this subject so that we can have an indication of the share it represents in annual operating costs.

[*Texte*]

Le président: Madame, excusez–moi de vous interrompre, mais pouvez–vous simplement souligner les grands points qui restent? Je vois que ces points sont résumés à la page 18.

Mme D'Amours: Pour diminuer les coûts d'infrastructures, on parle de privatisation des services d'ingénierie et d'informatique, de concentrer les activités de programmation et de diffusion, de diminuer le ratio d'encadrement du personnel cadre et du personnel de soutien, et de demander que la Société Radio–Canada fasse preuve d'imputabilité et de transparence dans ses rapports annuels, de sorte qu'un fiscaliste puisse comprendre un rapport annuel de Radio–Canada et voir ce qui se passe dans cette société d'État qui est administrée au moyen des fonds publics canadiens.

Le président: Merci bien. La conclusion qui se trouve aux pages 17, 18 et 19 est un bon résumé. Merci. C'était une intervention très intéressante. Je regrette qu'on n'ait pas de temps.

Madame Tremblay. Nous avons 20 minutes.

Mme Gagnon (Québec): M^me^ Tremblay a 20 minutes minutes?

Le président: Non, non, non. Pas si vite.

• 1040

Mme Tremblay: Mesdames Baillargeon et D'Amours, merci pour votre présentation. Elle soulève beaucoup de questions, et c'est dommage que nous n'ayons pas plus de temps à notre disposition.

Est–ce que votre organisme a fait une étude un peu sérieuse sur l'impact éventuel de la privatisation de toute la production, de l'ingénierie et ainsi de suite? Il y a quand même beaucoup d'employés qui ont des droits acquis en vertu de conventions collectives. Si toute la production va au privé, il va bien falloir que Radio–Canada achète ces émissions–là. Il va donc falloir qu'on lui laisse le milliard de dollars pour qu'elle puisse faire faire par les producteurs privés ce qu'elle fait actuellement. Cela ne changera rien au problème. Je n'arrive pas à saisir en quoi ce serait avantageux.

Mme Baillargeon: Madame Tremblay, il y a une différence entre maintenir une infrastructure de personnel créateur et de services à la production, et donner des contrat aux producteurs privés qui, eux, travaillent avec des pigistes qui ne sont pas payés annuellement par les maisons de production, mais à la pièce, à la production. Le maintien d'une imposante infrastructure exige aussi un personnel de gestion, et il faut payer des salaires annuels et non pas des rémunérations ponctuelles pour chacun des projets.

Il nous est très difficile de faire des études parce que nous n'avons accès qu'à très peu de données réelles de Radio–Canada. Il est très difficile de comparer les coûts, mais nous sommes certains de ce que nous avançons, puisque nous avons pu, avec un diffuseur privé dont l'infrastructure est beaucoup plus légère que celle de Radio–Canada—je parle de Télé–Métropole—comparer les coûts de production des indépendants et les coûts de production interne chez Télé–Métropole. Les coûts de production des indépendants étaient moindres.

Mme Tremblay: Mais est–ce que le Réseau TVA, objectivement, aurait eu les moyens de vous acheter *Blanche*? La qualité des émissions que vous produisez pour Radio–Canada et que vous vendez à Radio–Canada est quand même différente de celle...

[*Traduction*]

The Chairman: Excuse me for interrupting you, Madam, but could you simply highlight the remaining points? I see that they are summarized on page 18.

Ms D'Amours: To reduce capital costs, we suggest privatizing engineering and computer services, to concentrate programming and broadcasting activities, to reduce the supervisory ratio of line staff and support staff, and to ask CBC to be accountable and to show transparency in its annual reports so that a tax expert can find his or her way through it and see what is going on in this Crown Corporation which is run with Canadian taxpayers' money.

The Chairman: Thank you. The conclusion on pages 17, 18 and 19 is an excellent summary. Thank you. Your presentation was most interesting. I am sorry that we don't have any more time.

Ms Tremblay. We have 20 minutes.

Ms Gagnon (Québec): Mrs. Tremblay has 20 minutes?

The Chairman: No, no. Not so fast.

Ms Tremblay: Ms Baillargeon, Ms D'Amours, I thank you very much for your presentation. It raises many questions and it is unfortunate that we do not have more time.

Has your organization done any serious study on the possible impact that total privatization of production, engineering services, and so on, might have? There are many employees who have rights protected by their collective agreements. If production is privatized CBC will have to buy its programs. So it will still need that billion dollars in order to have private producers do what it does itself now. It isn't going to change anything. I don't see what the advantage would be.

Ms Baillargeon: There is a difference Ms Tremblay between maintaining an infrastructure of creative personnel and production services and giving contracts to private producers who call upon freelancers that don't receive annual salaries but are paid by the job. And such a heavy infrastructure also requires management staff and workers who receive annual salaries rather than being paid for piece work.

It is very difficult for us to do any studies because we have very limited access to any real data from CBC. It is very difficult to compare costs, but we know for certain that what we are saying is correct since we were able to compare costs between Télé–Métropole—a private broadcaster with a much lighter infrastructure than CBC—, and independent producers. Production costs are lower for independents.

Ms Tremblay: But can you really say that TVA would have been able to buy *Blanche*? There is a definite difference in quality between what you produce for CBC and sell to the Corporation and—

[*Text*]

Mme Baillargeon: Oui, mais *Blanche* n'a pas été... On parle de deux choses: la production interne à Radio–Canada et l'achat. Radio–Canada doit continuer d'assumer un rôle. Il doit continuer de diffuser ce type d'émissions haut de gamme, puisqu'en général, les diffuseurs privés ne peuvent pas se le permettre. Nous croyons que ces émissions haut de gamme devraient être produites par des producteurs indépendants, parce que leur coût est moindre chez eux, et parce qu'il y a des possibilités de financement additionnel de ces productions par les producteurs indépendants, soit sur des marchés étrangers, soit par Téléfilm Canada ou par des crédits d'impôt au Québec. Radio–Canada ne paie pas le coût total de la production lorsqu'il achète *Blanche*.

Mme Tremblay: Je le sais.

Mme Gagnon: Madame, vous avez parlé d'une programmation qui devrait refléter la globalité canadienne et les diversités régionales et qui devrait jouer un rôle prépondérant dans l'identité canadienne. Je me demande pourquoi vous n'avez pas mis en opposition l'identité canadienne et l'identité québécoise. Pensez–vous que les objectifs culturels et sociaux imposés par la loi devraient être différents pour la télévision française et la télévision anglaise de la SRC?

Mme Baillargeon: Vous me parlez d'objectifs culturels, alors que je préférerais vous répondre qu'il serait plus important d'avoir, au niveau des coûts horaires moyens de production, les mêmes montants que le pendant anglophone, étant donné que les coûts de production sont les mêmes à Montréal, à Toronto, à Moncton et à Vancouver. Si l'on veut que la SRC francophone puisse offrir à l'ensemble de la population francophone canadienne des émissions de qualité équivalente à celle des émissions anglophones, il faut y mettre les moyens.

Mme Gagnon: Je vous parlais aussi du produit linguistique. Le produit devrait–il refléter l'identité québécoise ou la globalité canadienne?

Mme Baillargeon: À partir du moment où on produit en langue française...

Mme Gagnon: Vous avez parlé du reflet de l'identité canadienne.

• 1045

Mme D'Amours: Oui, mais regardons les productions canadiennes à fort contenu canadien. Je parlais tout à l'heure de *North of 60* et d'autres émissions. On va parler de *Blanche*. Il y a une identité québécoise qui va se refléter naturellement dans notre production francophone. Notre cinéma, comme notre télévision, est à notre image. Effectivement, cela se fait. Dans les émissions francophones québécoises, c'est vraiment une identité québécoise qui est reflétée. Lorsque les Canadiens dans leur ensemble regardent ces émissions–là, ils voient bien l'identité qui nous est propre.

Mme Gagnon: J'aurais aimé retrouver cela dans le texte. Dans le texte, on parlait de globalité canadienne et de diversité régionale.

Mme D'Amours: Ce sont les termes que nous employons toujours quand nous sommes ici, à Ottawa, où le Québec est une région.

[*Translation*]

Ms Baillargeon: Yes, but *Blanche* wasn't... There are two different things here: internal production by CBC, on the one hand, and buying programs on the other hand. CBC must continue to fulfill its mandate. It must continue to broadcast high quality programming, since generally speaking private broadcasters cannot afford to do so. We feel that these high quality programs should be produced by independant producers, because we can do it for less. And because independant producers can find additional funding through foreign markets, Telefilm Canada, or tax credits, in the case of Quebec. When CBC buys *Blanche*, it does not pay the full cost of production.

Ms Tremblay: I know.

Ms Gagnon: You talked about programming that should reflect Canada as a whole with its regional diversity and that should play a major role in Canadian identity. I wonder why you have not made any distinction between Canadian identity and Quebec identity. Do you feel that the legislation should provide for different cultural and social mandates for the French and the English sides of CBC?

Ms Baillargeon: You talk of cultural mandates, while I feel that it would be more important for SRC to have the same per hour production costs as its English counterpart since production costs are the same in Montreal, Toronto, Moncton or Vancouver. If we want SRC to offer Francophone Canadians the same quality programs as Anglophone Canadians receive, you have to give it the resources to do so.

Ms Gagnon: I was talking also about the linguistic product. Should it reflect the Quebec identity or Canada as a whole?

Ms Baillargeon: If you are producing in French—

Ms Gagnon: You talked about reflecting Canadian identity.

Ms D'Amours: Yes, but let's look at Canadian productions with a high Canadian content. Earlier on I mentioned *North of 60* and other programs. Let's talk about *Blanche*. The Quebec identity will automatically come through our francophone productions. Our cinema and our television reflect our identity. That is indeed the case. What is reflected in French programming done in Quebec is truly a Quebec identity. When Canadians as a whole watch those programs, they can see that they reflect our specific identity.

Ms Gagnon: I would have liked to see that reflected in your paper. In it you talk about Canadian identity as a whole and regional diversity.

Ms D'Amours: That is the terminology we always use here, in Ottawa, where Quebec is a region.

[*Texte*]

Mme Gagnon: D'accord.

Le président: Mais l'identité des francophones hors Québec doit aussi être reflétée dans. . .

Une voix: Tout à fait.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Merci, monsieur le président.

Ms Baillargeon: You can ask your questions in English.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je vais les poser en français. S'il vous plaît, pouvez–vous m'expliquer la recommandation numéro 3? Je suis une personne de l'Ouest. Je ne comprends pas la recommandation numéro 3, à la page 18.

Le président: Le partage équitable des ressources.

Mme Baillargeon: Je réponds en français ou en anglais?

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): En français.

Mme Baillargeon: Je vous donne un exemple. Une dramatique d'une heure à la télévision française et une dramatique d'une heure à la télévision anglaise devraient, toutes les deux, bénéficier d'un budget équivalent. Je vous donne des chiffres hypothétiques. Si on accorde un million de dollars l'heure pour une émission de langue anglaise dramatique, une émission équivalente en français devrait également avoir un million de dollars l'heure. Depuis dix ans, il y a un accroissement important du fossé entre les coûts horaires des émissions de langue anglaise et ceux des émissions de langue française. On a maintenant presque tout le temps un rapport de trois pour un au profit des émissions de langue anglaise.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I'm going to slip into English now because this is getting a little more into a question. We have such a small audience in the west for French programming; I'm trying to look at the equitability, if there's such a word, of the split in these resources.

The CBC has not been very forthcoming in terms of their audience. I think they called it their reach in the west or their audience share. They haven't done any kind of a cost–benefit analysis with respect to the French community or the percentages in the west of the French community who even pick up any of this programming.

So I guess I'm looking to see how this might be broken down equitably between the east and the west to continue to serve the francophone community in the west. Do they need to have as much money spent in the west, say, as they do in the east, in terms of the audience share?

Ms Baillargeon: I'm not totally aware of what the programming in French is in the west. I'm sorry.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): I'm not either.

Ms Baillargeon: I can't say whether it is the national signal that is being carried in the west; if so, it's the productions being made in French either in Montreal or Quebec that are being carried out west. So if we're talking about the budget of the said production, it's the same.

Mrs. Brown (Calgary Southeast): Thank you.

• 1050

The Chairman: Just to be clear on this, are you suggesting that if three–quarters of the taxpayers, citizens or financial resources are English–speaking, despite the fact that three–quarters of the population are being served by that service, fifty percent of all revenues ought to go to—

[*Traduction*]

Ms Gagnon: Okay.

The Chairman: But the identity of francophones outside Quebec must also be reflected in—

A member: Absolutely.

Ms Brown (Calgary Southeast): Thank you, Mr. Chairman.

Mme Baillargeon: Vous pouvez poser vos questions en anglais.

Ms Brown (Calgary Southeast): I will ask them in French. Could you please explain recommendation number 3? I come from the West. I do not understand recommendation number 3 on page 18.

The Chairman: The equitable sharing of resources.

Ms Baillargeon: Should I answer in French or in English?

Ms Brown (Clagary Southeast): In French.

Ms Baillargeon: Let me give you an example. A one hour drama on French television and a one hour drama on English television should both get the same budget. I will give you hypothetical figures. If we give one million dollars per hour for an English drama, than the equivalent French program should also receive one million per hour. In the last 10 years the gap between the English and French hourly funding has increased significantly, to the point that the ratio is now generally three to one in favour of English–language programming.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je vais maintenant passer à l'anglais, car la question se complique un peu. Dans l'Ouest, le public pour les émissions francophones est très limité; j'essaie d'examiner cette question du partage équitable des ressources.

Les dirigeants de la SRC restent très discrets sur la question de l'auditoire. Ils parlent de taux de pénétration dans l'Ouest ou de part de l'auditoire. Aucune analyse des coûts–avantages n'a été réalisée en ce qui concerne le public francophone ou le pourcentage de francophones dans l'Ouest qui regardent ces émissions.

J'essaie donc de voir comment on peut assurer un partage équitable entre l'Est et l'Ouest afin de continuer à servir la collectivité francophone dans l'Ouest du pays. Faudrait–il dépenser autant d'argent dans l'Ouest qu'on le fait dans l'Est, pour le pourcentage d'auditoire?

Mme Baillargeon: Excusez–moi, mais je ne sais pas ce qui se fait comme programmation en français dans l'Ouest.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Moi non plus.

Mme Baillargeon: Je ne saurais vous dire si c'est le signal national qui est transmis dans l'Ouest; si c'est le cas, les productions en français viennent de Montréal ou de Québec. Dans ce cas–là, le budget de production est le même.

Mme Brown (Calgary–Sud–Est): Je vous remercie.

Le président: Voulez–vous dire par là que si les trois quarts des contribuables, ou des citoyens, sont anglophones, que même si les trois quarts de la population sont desservis par le service anglais, 50 p. 100 des recettes devraient être attribuées. . .

[*Text*]

Ms Baillargeon: That's not exactly what we're saying. We're saying that when Radio–Canada puts money into one program—equivalent in French and English—the cost of the program in English or French should be the same.

We're not talking about the whole budget of Radio–Canada. We're talking about program budgets.

The Chairman: But if both networks showed the same number of programs, of the same sort, then it would be a fifty–fifty division of resources.

Ms Baillargeon: Yes, but if you look at the audience, they are the same.

The Chairman: I'm looking at the taxpayers as well as the audience.

Ms Baillargeon: You reach as many people in French as you do in English.

Mr. Ianno: I heard the presenters yesterday. If I understood correctly, the production cost by the private group you represent in Quebec is less than the CBC cost. Is that what you are saying?

Ms Baillargeon: We believe so, yes.

Mr. Ianno: Do you know how much less?

Ms Baillargeon: No, because we can't get at the CBC figures.

We don't have a major infrastructure. We don't have many people for whom we are responsible annually. A production company doesn't hire people full time. It works with people—

Mr. Ianno: When needed.

Ms Baillargeon: —per each production.

Mr. Ianno: When you produce a program, like *Blanche*, what amount does the CBC pay?

Ms Baillargeon: It pays 25% of the cost.

Mr. Ianno: When they produce for themselves, do they sell to other users of the product in the United States or wherever else?

Ms Baillargeon: They don't have... Well, it's hard for me to answer.

I don't think they sell as much as the private producer, because they don't have the same... It's not their own money. It's the government's money, it's the taxpayer's money—

Mr. Ianno: So, in other words, if they were to spend the money on production, then possibly the mandate should be improved to say they should be marketing their products so that they get a return?

Ms Baillargeon: It would still cost more to produce.

Mr. Ianno: But once they've produced, even if it costs more—we don't know how much because we don't have the figures—if they did the proper marketing, then maybe they can get aftermarket sales, which then reduce the overall costs. Is that correct?

Ms Baillargeon: Yes, but we still believe that the privatization of production is the answer, as it is world–wide today.

[*Translation*]

Mme Baillargeon: Ce n'est pas exactement ce que nous disons. Nous disons que lorsque Radio–Canada finance une émission—équivalente en anglais et en français—le budget pour l'émission devrait être le même, qu'elle soit en anglais ou en français.

Il ne s'agit pas de l'ensemble du budget de Radio–Canada, mais des budgets de programmation.

Le président: Mais si les deux réseaux diffusent le même nombre d'émissions, du même type, les ressources devraient être partagées à parts égales.

Mme Baillargeon: Oui, mais si vous considérez l'auditoire, il est équivalent.

Le président: Je ne considère pas seulement l'auditoire, mais aussi le contribuable.

Mme Baillargeon: Vous avez autant de téléspectateurs en français qu'en anglais.

M. Ianno: J'ai entendu les témoins d'hier. Si j'ai bien compris, le groupe privé que vous représentez au Québec a des coûts de production moins élevés que la SRC. C'est bien ce que vous dites?

Mme Baillargeon: Oui, nous le croyons.

M. Ianno: Savez–vous quel est l'écart?

Mme Baillargeon: Non, parce que nous ne pouvons pas obtenir les chiffres de Radio–Canada.

Mais nous n'avons pas de grosses infrastructures. Nous n'avons pas un important personnel salarié à l'année. Une compagnie de production n'engage pas d'employés à plein temps. Elle fait appel à des gens...

M. Ianno: Selon ses besoins.

Mme Baillargeon: ... pour les besoins d'une production.

M. Ianno: Quand vous produisez une émission comme *Blanche*, combien la SRC paie–t–elle?

Mme Baillargeon: Elle paie 25 p. 100 du coût.

M. Ianno: Si elle l'a produit elle–même, la vendra–t–elle à d'autres utilisateurs aux États–Unis ou ailleurs?

Mme Baillargeon: Elle n'a pas... En fait, il m'est difficile de répondre.

Je ne crois pas qu'elle vende autant que le producteur privé, car elle n'a pas la même... Ce n'est pas son argent. C'est l'argent qui vient du gouvernement, du contribuable...

M. Ianno: Autrement dit, si la SRC consacre de l'argent à une production, il faudrait peut–être modifier son mandat pour l'obliger à mieux commercialiser ses produits pour qu'ils rapportent?

Mme Baillargeon: La production resterait plus coûteuse.

M. Ianno: Mais une fois faite, même si elle a coûté davantage—et nous ne savons pas quel est l'écart, puisque nous n'avons pas de chiffres—avec une bonne stratégie de marketing, elle pourrait peut–être réaliser des ventes qui permettraient de réduire le coût total, n'est–ce pas?

Mme Baillargeon: Oui, mais nous continuons de penser que la solution est de privatiser la production, comme cela se fait dans le monde entier.

[*Texte*]

If you look at government-run societies today—

Mr. Ianno: Ms Baillargeon, I understand that because—

Ms Baillargeon: —everywhere in the world, it's more expensive to run.

Mr. Ianno: Especially if all they did was cancel their production and just spend the money on your membership. Then we'd be more efficient, correct?

Ms Baillargeon: I'm not saying cancel all their production. I'm saying cancel 35% of their total production.

Mr. Ianno: But why 35%? Why not 100%?

Ms Baillargeon: Because we're not into... I think public television should be in the information business.

Mr. Ianno: Oh, so the public affairs part they can produce, but don't—

Ms Baillargeon: Public affairs and sports take up 65% of the total programming, of all the programs of CBC.

Mr. Ianno: For anything else that's documentary or anything of that nature, they should get out of that business and just buy—

Ms Baillargeon: Drama, documentaries, variety, children's programming.

Mr. Ianno: —from your membership?

Ms D'Amours: The membership, yes, or independent producers.

The Chairman: Well, it's an interesting point of view.

Other questions? Did you have a question, Simon?

Mr. de Jong: Yesterday we had a witness who headed a commission of inquiry and who had spent a fair amount of time in private broadcasting. I asked him what the difference was between the costs of production of the CBC and the private sector. He said they were basically the same.

Ms Baillargeon: You're talking about both broadcasters?

• 1055

Mr. de Jong: Yes. In part, it's going to become, it seems to me, increasingly important that we see what the Auditor General is going to say.

The Chairman: Unfortunately, we're not going to see it until about a year from now. We'll have been done and gone on, I fear.

Mr. de Jong: Well, I hope we won't be done, but gone on.

The Chairman: Forgotten, but not gone.

Mr. de Jong: You're suggesting that the CBC should get out of production other than news and sports. The private broadcasters also are suggesting that the CBC should get out of sports as well.

Ms Baillargeon: We're talking mainly about special sports events, such as the Commonwealth Games, that the private broadcasters wouldn't necessarily cover.

Mr. de Jong: In terms of the private broadcasters, what percentage of your production cost is covered, one way or another, by public funds, either by Telefilm or tax concessions? In terms of the French production, how do you package, let's say, one hour of a TV production?

[*Traduction*]

Si vous considérez les sociétés d'État actuellement...

M. Ianno: Madame Baillargeon, je comprends, puisque...

Mme Baillargeon: Dans tous les pays, elles ont des coûts d'exploitation plus élevés.

M. Ianno: Surtout si la Société annulait toute sa production et dépensait tout son argent chez vos membres. Ce serait beaucoup plus efficace, n'est-ce pas?

Mme Baillargeon: Je ne parle pas de mettre fin à toutes les activités de production, mais 35 p. 100.

M. Ianno: Pourquoi 35 p. 100? Pourquoi pas 100 p. 100?

Mme Baillargeon: Parce que nous ne cherchons pas... La télévision publique devrait faire de l'information.

M. Ianno: Ah, je vois, la Société peut produire les émissions d'information, mais pas...

Mme Baillargeon: Les émissions d'information et les sports représentent 65 p. 100 de la programmation totale de la SRC.

M. Ianno: Mais pour ce qui est des documentaires ou autres émissions de ce genre, elle devrait s'en débarrasser et acheter...

Mme Baillargeon: Les dramatiques, les documentaires, les émissions de variété et les émissions pour enfants.

M. Ianno: ... ces choses-là auprès de vos membres?

Mme D'Amours: Oui, chez nos membres, ou auprès de producteurs indépendants.

Le président: C'est un point de vue intéressant.

Y a-t-il d'autres questions? Simon, avez-vous des questions?

M. de Jong: Hier nous avons entendu une personne qui a présidé une commission d'enquête et qui a travaillé assez longtemps dans le secteur de la radiodiffusion privée. Je lui ai demandé quel était l'écart entre les coûts de production de la SRC et ceux du secteur privé. Il nous a dit qu'ils étaient essentiellement les mêmes.

Mme Baillargeon: Vous voulez parler des deux radiodiffuseurs?

M. de Jong: Oui. Décidément, il me semble que la conclusion à laquelle arrivera le vérificateur général devient de plus en plus importante.

Le président: Malheureusement, elle ne sera publiée que dans un an environ. D'ici là, je crains que nous ne soyons arrivés à terme.

M. de Jong: À celui de l'étude, j'espère, mais pas du nôtre.

Le président: Oubliés, mais pas disparus.

M. de Jong: Vous dites que la SRC devra renoncer à la production en dehors des émissions d'information et des émissions sportives. Les diffuseurs privés suggèrent qu'elle se retire aussi du sport.

Mme Baillargeon: Nous parlons essentiellement des manifestations sportives spéciales, comme les Jeux du Commonwealth, que les diffuseurs privés ne couvriraient pas nécessairement.

M. de Jong: Dans le cas des diffuseurs privés, quelle part des coûts de production est financée par le Trésor, d'une manière ou d'une autre, que ce soit par Téléfilm ou par des crédits fiscaux? Prenons par exemple une heure de production pour la télévision française: comment les coûts se répartissent-ils?

[*Text*]

Le président: L'appui de la province de Québec, par exemple.

Ms Baillergeon: If you're not counting the licence from the private broadcaster, because that's not public money, I'd say around half.

Mr. de Jong: How much are you able to get back? Let's say you sell the program to the broadcaster. Are you able to market it internationally? How does that break down?

Ms Baillargeon: It's much harder to market internationally French–speaking programs than it is for English–speaking programs, as you can imagine. But we do. It all depends on the programs and what type of programs we're talking about. But if you're talking about *Les filles de Caleb* or *Blanche*, they've been sold to probably 15 countries now.

The Chairman: Ladies and gentlemen,

messieurs et mesdames, je regrette, mais il est presque 11 heures. Vous nous avez fait part d'un point de vue très clair et très intéressant. C'est une proposition que nous devrons prendre en considération. Merci mille fois d'être venues.

Mme Baillargeon: Merci.

Le président: La séance est levée.

[*Translation*]

The Chairman: If you take, for example, support from the province of Quebec.

Mme Baillargeon: Si l'on n'inclut pas la licence du radiodiffuseur privé, puisque ce n'est pas de l'argent public, je dirais environ la moitié.

M. de Jong: Combien récupérez–vous? Si vous vendez l'émission à un radiodiffuseur, par exemple. Pouvez–vous la vendre sur les marchés internationaux? Comment cela se répartit–il?

Mme Baillargeon: Comme vous pouvez l'imaginer, il est beaucoup plus difficile de vendre des émissions en français sur le marché international que des émissions en anglais. Mais nous y parvenons. Tout dépend de l'émission, du type d'émission. Dans le cas des *Filles de Caleb* ou de *Blanche*, elles ont été vendues à une quinzaine de pays.

Le président: Mesdames et messieurs,

ladies and gentlemen, I am sorry but it is almost 11 o'clock. You have presented a most interesting view in a very clear manner. We will have to take your recommendations into account. We thank you very much for coming.

Ms Baillargeon: Thank you.

The Chairman: The meeting is adjourned.

MAIL POSTE
Canada Post Corporation/Société canadienne des postes
Postage paid / Port payé
Lettermail / Poste–lettre
8801320
OTTAWA

If undelivered, return COVER ONLY to:
Canada Communication Group — Publishing
45 Sacré–Coeur Boulevard,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

En cas de non–livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Groupe Communication Canada — Édition
45 boulevard Sacré–Coeur,
Hull, Québec, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the Canadian Association of Broadcasters:

Michael McCabe, President and CEO;

Michel Tremblay, Executive Vice–President;

Robert Scarth, Vice–President, Television.

From l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec:

Louise Baillargeon, President and General Director;

Suzanne D'Amours, Assistant General Director.

TÉMOINS

De l'Association canadienne des radiodiffuseurs:

Michael McCabe, président et directeur général;

Michel Tremblay, vice–président exécutif;

Robert Scarth, vice–président, télévision.

De l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec:

Louise Baillargeon, présidente et directrice générale;

Suzanne D'Amours, directrice générale adjointe.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.

If this document contains excerpts or the full text of briefs presented to the Committee, permission to reproduce these briefs in whole or in part, must be obtained from their authors.

Available from Canada Communication Group — Publishing,
Public Works and Government Services Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

Si ce document renferme des extraits ou le texte intégral de mémoires présentés au Comité, on doit également obtenir de leurs auteurs l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ces mémoires.

En vente: Groupe Communication Canada — Édition,
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada,
Ottawa, Canada K1A 0S9

2632 07

JUL 5 1995